

CHARTRE DES BONNES PRATIQUES DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DU FOOD SERVICE



**Pour une alimentation
durable en restauration**



AVANT-PROPOS

« L'Industrie Agroalimentaire Food Service, moteur de l'alimentation durable en restauration »

L'Alimentation Durable¹, une démarche de progrès pour :

1. Une alimentation accessible à tous, saine, équilibrée, répondant aux besoins nutritionnels humains.
2. Un système qui préserve l'environnement, le climat, les sols, l'eau, la biodiversité.
3. Une alimentation appliquant le principe de subsidiarité, qui s'appuie au niveau local, national, européen et international sur des modes de production agricole durables, assurant un revenu équitable pour les producteurs, et préservant le tissu rural et le développement local.

La restauration collective est identifiée comme l'un des principaux moteurs de l'alimentation durable².

Partenaires de la restauration et acteurs importants de l'alimentation, les entreprises du Food Service ne prétendent pas répondre à tous les critères définissant l'alimentation durable¹. **Restaurer les consommateurs hors de leur domicile, tout au long de l'année, en France ne serait pas possible sans nos entreprises.** Conscientes du rôle qu'elles doivent jouer pour participer à cette évolution nécessaire de l'alimentation sur plusieurs critères, elles **développent et progressent sur des Bonnes Pratiques**

Alimentation durable.

La Charte **présente des Bonnes Pratiques déjà mises en œuvre par des entreprises**, selon leurs produits, leurs tailles, capacités et leviers d'action. Expliquées et regroupées autour de cinq grands axes, ces bonnes pratiques sont illustrées par **des exemples concrets d'actions** par entreprises.

Produire en **qualité et diversifié**, produire **local, en France**, en préservant les **emplois locaux**, et en **complément d'autres circuits** dits « courts » ou « de proximité », **innover** et produire en **volume** pour permettre aux acteurs de tous types de restauration hors domicile en France de travailler à leur tour, en respectant **la demande et les attentes** des consommateurs : c'est le défi relevé quotidiennement par nos entreprises du food service, pour une alimentation durable.

¹ Définition : Les régimes alimentaires durables qui contribuent à protéger et à respecter la **biodiversité** et les écosystèmes, sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines **FAO** (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) (2010).

² Gilles Trystram, Agro Paris Tech, colloque alimentation durable

LES BONNES PRATIQUES ALIMENTATION DURABLE

1

Etre acteur du développement des territoires pour une alimentation durable

- ▶ S'approvisionner majoritairement en France au plus près des zones de production agricole générant ainsi des emplois et contribuant à la vie locale.
- ▶ Respecter la saisonnalité locale des productions grâce à une proximité avec les zones de production.
- ▶ Faire travailler des éleveurs et agriculteurs sur le territoire français dans une approche filière.

2

Viser l'amélioration continue de la qualité des produits à travers toutes leurs composantes

- ▶ Garantir la sécurité sanitaire de nos produits
- ▶ Garantir la qualité et la composition de nos produits
- ▶ Etre aux côtés des producteurs pour faire évoluer les modes de production
- ▶ S'impliquer dans le respect du bien-être animal

3

Réduire l'impact environnemental de nos produits

- ▶ Agir sur le transport et la distribution de nos produits
- ▶ Travailler à la diminution de l'impact environnemental de nos process industriels
- ▶ Travailler à l'optimisation de nos emballages

4

Etre acteur de la réduction du gaspillage alimentaire

- ▶ Optimiser nos process industriels
- ▶ Accompagner les professionnels de la restauration dans la lutte contre le gaspillage

5

Améliorer notre service et l'information que nous devons aux restaurateurs

- ▶ Ouvrir les portes de nos usines
- ▶ Développer l'information destinée aux professionnels de la restauration
- ▶ Accompagner les utilisateurs de nos produits dans l'écoute et le service

1

L'industrie agroalimentaire Food Service, un acteur du développement des territoires pour une alimentation durable

1

Etre acteur du développement des territoires pour une alimentation durable

70%

de la production agricole française est transformée par l'industrie alimentaire.

La transformation en France de matières premières permet de créer et maintenir un tissu industriel français.

80%

des produits alimentaires consommés en France sont fabriqués localement.³

S'approvisionner majoritairement en France au plus près des zones de production agricole générant ainsi des emplois et contribuant à la vie locale.

Comment contribuons-nous à la vie locale ?

Nos usines sont souvent implantées dans des zones agricoles et contribuent à **maintenir une activité économique dans ces zones** : hôtels, restaurants, petits commerces... Les directeurs des sites industriels entretiennent des relations avec les parties prenantes locales.

Par notre présence, répartie dans tous les territoires, nos entreprises contribuent à la vie économique et associative des régions (Impôts fonciers, locaux, taxes d'apprentissages souvent reversées aux écoles hôtelières régionales, partenaires de lycées agricoles, Centres de Formation Apprentis, soutien financier à des clubs sportifs locaux, dons et soutien aux associations locales...)

UN ANCRAGE TERRITORIAL FORT

En France, l'industrie agroalimentaire c'est :
17 647 entreprises - 427 213 salariés

Pour un emploi dans l'industrie agroalimentaire, 4,3 emplois sont soutenus dans le reste de l'économie française, soit au total **2 300 000 emplois** induits, qui font vivre les régions, les zones rurales et sont impliqués dans la vie locale.

³ Source ANIA - Conférence de presse Economique 04/04/17

Un produit composé de 98% de matières premières cultivées en France ne peut pas s'afficher Français.

Il est important de noter que sauf règles spécifiques, un produit qui se compose de 98% de matières premières cultivées en France ne pourra pas s'afficher français.

Par exemple, un mélange petits pois - carottes - oignons, pour lesquels seul l'oignon grelot n'est pas français, ne peut pas communiquer sur « cultivé en France ».

Du fait de l'optimisation de leur logistique, les matières premières importées ne sont pas systématiquement plus impactantes sur le plan de la consommation d'énergie.

Dans quels cas nos entreprises s'approvisionnent-elles hors de France ?

Afin de satisfaire en volume et en qualité les attentes des consommateurs et des restaurateurs tout au long de l'année, l'industrie agroalimentaire doit parfois faire appel à l'importation. Par exemple, elle peut devoir parer au fait que la production française n'est pas toujours suffisante sur certains produits, notamment quand :

- Les productions sont ponctuellement moins bonnes et/ou la matière première insuffisante.
- Le climat et le temps jouent défavorablement sur la maturité de certains légumes.

Un approvisionnement exclusif en matières premières agricoles françaises n'est donc pas toujours possible. Pour ne pas réduire nos volumes de **fabrication en France**, il nous arrive de nous tourner vers des matières premières issues d'autres zones de production.

Il arrive que la consommation de certains produits constitue une demande excédant l'offre disponible au regard des volumes de production en France.

Exemple de matières premières faisant défaut ou dont la production est insuffisante : Lentilles, Riz.

Exemple de consommation déséquilibrée :

La consommation de viande : les Français préfèrent les morceaux arrière de l'animal (rôti, steaks..).

1

Etre acteur du développement des territoires pour une alimentation durable

Respecter la saisonnalité locale des productions grâce à une proximité avec les zones de production.

Faire travailler des éleveurs et agriculteurs sur le territoire français dans une approche filière.

Quel est l'intérêt de cette proximité avec les zones de production ?

Il est nécessaire que les sites des entreprises soient au plus près des zones de production agricole pour avoir accès à des produits de saison et faciliter leur transformation.

Cette proximité permet également de préserver toutes les qualités organoleptiques de la matière première.

Dans le cas des usines de conserves et de surgelés : elles sont implantées dans les bassins de production légumière, et alimentées par des produits de saison (plein champ). La conservation par le froid ou l'appertisation permet d'utiliser toutes les productions agricoles et de varier l'alimentation des convives tout au long de l'année.

Grâce à la transformation (surgélation, appertisation) **l'industrie agroalimentaire permet aux producteurs d'écouler leur production locale et de préserver l'emploi**. Sans transformation, certaines productions seraient impossibles pour les producteurs qui seraient tenus de limiter le volume à produire (haricots verts, petits pois...) avec un impact économique certain pour les régions mais aussi pour la France.

De plus, nous achetons des volumes aux producteurs tout au long des saisons de production.

La proximité liée au respect de la saisonnalité permet de créer de **véritables bassins d'emplois sur tous les métiers d'une filière**, mais aussi d'avoir une **cohérence logistique** entre « l'étape MATIERE PREMIERE » et « l'étape PRODUIT FINI », raccourcissant les distances parcourues et **favorisant le BILAN CARBONE du produit fini**.



Qui sont ces éleveurs/agriculteurs ?

Il peut s'agir aussi bien d'éleveurs/agriculteurs de grandes exploitations que d'éleveurs/agriculteurs dans le cadre d'une agriculture familiale. Le cas de l'agriculture familiale s'applique par exemple :

- A l'industrie laitière : le lait collecté en France provient souvent de petites exploitations (en moyenne 50 à 60 vaches) et est collecté, chez les producteurs, dans des rayons restreints autour des sites de production.
- Aux usines légumières qui sont implantées au plus près des bassins de production.

Une approche filière ?

Selon les situations, peuvent être mis en place avec les éleveurs/agriculteurs avec qui nous travaillons :

- Des contrats pluriannuels assurant un volume acheté,
- Un suivi des cultures,
- Un travail sur les prévisions de commandes avec les producteurs,
- Une collaboration durable fournisseurs/clients,
- Des certifications,

En tant que fabricants, nous nous efforçons de **développer des circuits courts** d'approvisionnement de nos matières premières auprès des producteurs, et ainsi, contribuer au développement économique de nos régions.

Les emplois créés concernent des milliers de producteurs régionaux

Les entreprises témoignent



« Chez Danone Produits Frais France, nos 5 laiteries françaises, en moyenne implantées à 60km de nos fermes partenaires, utilisent du lait frais 100% français provenant de nos 6 zones de collecte, contribuant ainsi au dynamisme économique local avec plus de 2 000 éleveurs en France. »
Danone Produits Frais France



« Les Ateliers du Goût de Davigel s'approvisionnent prioritairement en produits locaux : 54% des matières premières utilisées sont d'origine française, et certaines matières comme le porc, la dinde et les choux proviennent exclusivement du Grand Ouest de la France. De plus, nous nous sommes engagés dans une démarche de promotion de produits français en étant le premier à valoriser le label « Légumes de France » en surgelé. » - **Davigel**



« Les blés que nous utilisons sont majoritairement français* et transformés dans nos semouleries, basées à proximité des zones de culture du blé, nos usines de pâtes sont en France, proches des semouleries. » - **Panzani Food Service**

* hors conditions climatiques exceptionnelles



« Nous nous engageons en tant qu'acteur du développement des territoires en mettant en avant les agriculteurs de nos coopératives dans nos campagnes de communication et au travers du site fiersdecoopérer.fr » - **D'aucy Foodservice**

« Nous comptons aujourd'hui 9 usines de biscuits en France et travaillons avec 1700 agriculteurs partenaires au plus près de nos usines. » **Mondelez**

« En 2016, 55% des nos approvisionnements de légumes bruts de Génération 5 sont en agriculture raisonnée. Nous favorisons un sourcing le plus proche possible (idéalement dans un rayon de 100 km) et nous avons développé des contrats de culture avec des agriculteurs de proximité. Nous inscrivons nos relations avec nos fournisseurs dans la durée. La plupart d'entre-eux sont des fournisseurs historiques avec qui l'ancienneté de notre relation dépasse souvent 10 ans. » - **Génération 5**



« Pour nous être Bio, c'est être Bio et local, car cela n'a pas de sens de faire voyager des fruits Bio à travers le monde. 100% français. Et nos pommes sont cueillies en France et associées à d'autres fruits français. De plus, nos usines sont implantées dans le sud-est de la France, au cœur des régions productrices de fruits.. » - **Charles et Alice Restauration**

« Pour ce qui est de nos approvisionnements, La Potagère, marque de Soupes de la société SILL, a été pionnière sur le développement d'une offre en soupes UHT Bio (depuis 2001 sur le marché) et est la seule à proposer une gamme de recettes aux ingrédients 100% français. » - **Sill**



« C'est de par la présence de nos usines en France que nous nous positionnons comme acteur du développement des territoires, que ce soit à Saint-Dizier où se situe l'usine Miko, à Ludres, l'usine Alsa, à Duppigheim, l'usine Knorr Maïzena ou à Chevigny-Saint-Sauveur, l'usine Amora Maille. Un exemple concret : nos glaces Carte d'Or les Authentiques sont à la crème fraîche fabriquée à 100 % en Normandie. » - **Unilever**



« Prenons l'exemple de la purée de Pomme de terre Flocons MOUSLINE®, fabriquée en Picardie, avec des pommes de terre françaises. MOUSLINE® s'engage dans un approvisionnement responsable et a signé des contrats de partenariats avec près de 200 agriculteurs de la région qui s'inscrivent dans une démarche nommée « la démarche Préférence », une démarche d'agriculture durable et d'amélioration continue. Elle s'appuie sur une charte de bonnes pratiques évolutive qui encourage une agriculture plus respectueuse de l'environnement, des hommes et du terroir picard, et qui préserve les ressources naturelles et la biodiversité. Pour la campagne 2016/2017, les agriculteurs engagés dans cette démarche représentent environ 70% des approvisionnements en pommes de terre de l'usine. » - **Nestlé Professional**

« 50% de nos salades proviennent de nos propres fermes Florette. Nous connaissons tous nos producteurs, la grande majorité travaillent avec nous depuis de nombreuses années. Nos volumes sont 100% contractualisés avec une progression importante des contrats conclus sur 3 ans avec nos principaux fournisseurs leur apportant une vision plus long terme de notre collaboration. Nous travaillons en approvisionnement français dès que la saison le permet : la Bretagne, la Normandie, la région Nantaise et le Languedoc-Roussillon sont nos principaux bassins de production en salades d'avril à octobre. D'autre part, nos fournisseurs de pommes sont tous des producteurs français. » - **Florette Food Service**



« Alpina Savoie est engagée dans une démarche 100% française & durable. Nous travaillons en collaboration avec 60 agriculteurs de la Drôme, du Gers et des Alpes Haute-Provence, pour soutenir l'agriculture locale. » **Alpina Savoie**

« Nous collectons le lait de nos producteurs à proximité immédiate des laiteries réparties sur l'ensemble du territoire français. Nous facilitons le démarrage des nouveaux producteurs en fonction de leurs attentes : attribution d'un volume à produire, soutien financier, sécurisation de la marge durant 3 ans, et formation continue » - **Savencia Fromage & Dairy**



« Nous participons à l'emploi local par le développement de l'économie circulaire. Nous sommes partenaires du projet Gecco, une unité pilote qui alimente des véhicules de la ville de Lille en biodiesel issu des huiles de friture locales, qui à volume équivalent, est 10 fois plus génératrice d'emplois que la fabrication des carburants classiques. De plus, ces emplois sont locaux car l'expertise de Gecco repose sur la collecte du dernier kilomètre. Ce principe d'économie circulaire a donc pour vocation de collecter local, de transformer local et de consommer local. Ces pratiques s'inscrivent dans la philosophie de McCain qui, fort de son ancrage local, travaille, de longue date, avec des agriculteurs partenaires qui se trouvent, dans leur grande majorité, à un maximum de 150 kilomètres de l'usine » - **McCain**



« Nous sommes une entreprise familiale française ancrée au cœur des territoires français depuis 5 générations. Nous employons en France 3 300 personnes et travaillons avec 1 000 éleveurs laitiers partenaires. 94% des fromages commercialisés en restauration hors foyer sont fabriqués en France » - **Bel Foodservice**



②

**Viser l'amélioration continue
de la qualité de nos produits
à travers toutes leurs composantes**

Garantir la sécurité sanitaire de nos produits.

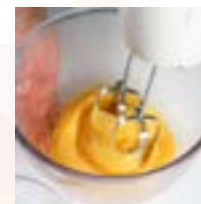
Les industries agroalimentaires ont développé des exigences sanitaires qui, bien souvent, vont au-delà des réglementations françaises ou européennes en matière de sécurité alimentaire. Une grande majorité de fabricants répondent à des normes très exigeantes du type ISO..., contrôlées très régulièrement.

Aider la restauration hors domicile à assurer la sécurité sanitaire des produits servis

Les collectivités produisant des centaines de repas ont aussi des responsabilités en termes de sécurité sanitaire, qui n'ont rien à voir avec celles d'un ménage. Dans certains cas, comme par exemple la restauration scolaire, certains produits sont peu ou pas commercialisés du fait de sensibilité (lait cru et certains fromages au lait cru – listeria).

Les produits industriels sont adaptés pour répondre aux problématiques rencontrées par les professionnels de la restauration. Ils sont destinés à leur **faciliter la préparation** de repas et sont donc largement utilisés dans les collectivités qui font le choix de **la sécurité** et de **la praticité**.

Nous proposons aux professionnels de la restauration des solutions garantissant la sécurité des produits et plats servis.



Exemple : L'alternative à des œufs coquilles très sensibles et difficiles à travailler en grand nombre en restauration : des œufs déjà cassés. L'optimisation de la qualité et la maîtrise des risques liés à l'utilisation des produits passent par des conditions d'hygiène parfaitement maîtrisées.

Garantir la qualité et la composition de nos produits.

Pourquoi la sélection des matières premières est une de nos préoccupations ?

La sélection des matières premières et de leur variété permet d'assurer la **qualité** finale des produits ainsi qu'une **régularité**.

Des produits sûrs pensés pour les professionnels de la restauration

Nos modes de conservation – appertisation, surgélation – atmosphère contrôlée – permettent de garantir la **sûreté** des aliments (composante de la notion d'alimentation durable) et d'assurer, tout au long de l'année, une diversité de l'offre alimentaire, fondements de l'équilibre alimentaire et nutritionnel des menus.

Conscients de l'intérêt des consommateurs à l'égard des ingrédients qui composent les produits agroalimentaires, nous garantissons la composition de nos produits et travaillons sur l'amélioration continue de la qualité des ingrédients.

Le fait de transformer des volumes de produits n'est pas un facteur de dégradation des produits alimentaires.

Le calibrage constant de nos produits garantit une valeur nutritionnelle par grammage ou portion (suivi métrologique, code des usages).

**Bon à savoir :
Le sel était à l'origine un additif !**

Nous garantissons la composition de nos produits sur la base d'analyses effectuées régulièrement, ce qui permet notamment aux professionnels de connaître leur valeur nutritionnelle.

Etre aux côtés des producteurs pour faire évoluer les modes de production.

Nous nous efforçons de contribuer au développement d'une agriculture raisonnée en participant à des initiatives au sein des filières de production et en essayant de valoriser les ingrédients, qui en sont issus, auprès des consommateurs.

Pour permettre une évolution des pratiques de production en amont, il existe plusieurs outils :

- **La charte agronomique** (interne à l'entreprise),
- **Les fermes pilotes AEI** : Agriculture Ecologiquement Intensive qui consiste à produire plus et mieux avec moins,
- **Le déploiement de la technique culturale du strip-till** qui présente certains avantages comme : la baisse de la fertilisation minérale, la réduction de 50% de la consommation de carburant, la réduction de la dose d'engrais de 30% et préservation de la réserve d'eau en parcelle,
- La **Certification Global GAP** (Good Agricultural practices) ⁴,
- Le développement de **fermes pilotes**,
- La démarche **Agriconfiance**,
- **La filière Fleur de colza** (huile),
- **L'achat de blé dur pro-durable**.

⁴ Global GAP : https://www.msc.org/?set_language=fr

• La **Charte des Bonnes Pratiques d'Elevage (CBPE)** qui apporte, pour les filières laitières et viande bovine, des garanties sur la traçabilité, la santé du troupeau, l'alimentation des animaux, la qualité du lait, le bien-être animal et le respect de l'environnement,

• **La Ferme laitière Bas Carbone**

De plus, afin de mettre en avant ces changements, **nous développons des labels** - Label Rouge, AOP, « Bleu, Blanc, Cœur » - mais aussi des **écocertifications** - légumes (Agri confiance), poissons MSC. Des entreprises développent leur propre programme visant à aider les producteurs à améliorer leurs pratiques, **au travers de cahiers des charges**, et à soutenir les producteurs engagés dans une **agriculture raisonnée**.

Bon à savoir :

62% des élevages de bovins et
95% des éleveurs laitiers adhèrent
à la Charte des Bonnes Pratiques
d'Elevage.⁵

100% des élevages ovins
appliquent le guide des bonnes
pratiques ovines.⁵

**S'impliquer dans le respect
du bien-être animal.**

Que faisons-nous à notre échelle pour le bien-être animal ?

Nous avons conscience des enjeux et veillons au respect 5 libertés et besoins fondamentaux définis par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE), à savoir :

- Une alimentation et une hydratation de bonne qualité et en quantité suffisante et adaptée aux besoins de chaque animal - préserver les animaux de la faim, la soif et la malnutrition,
- Des bonnes conditions de logement pour s'assurer du confort des animaux - donner accès à un environnement approprié ainsi qu'à un abri,
- Des mesures de prévention, de suivi et de traitements des animaux - prévenir de la douleur physique, des blessures et des maladies,
- Des pratiques conformes aux rythmes physiologiques de l'animal - espace suffisant et contact avec d'autres membres de son espèce,
- Des méthodes et pratiques pour minimiser les situations de stress,

Nous mettons en place des cahiers des charges ou des chartes filières : respect de la réglementation en vigueur, La charte de bonnes pratiques de l'élevage signée par les éleveurs.

⁵ <http://www.maison-du-lait.com/fr/filiere-laitiere/eleavage-passion-est-dans-pre>

<http://www.la-viande.fr/environnement-ethique/ethique-vis-vis-animaux/bien-etre-animaux-ferme>

Les entreprises témoignent

« Chez Panzani, nous garantissons la traçabilité des blés à l'assiette grâce à un outil ultra-performant qui permet, avec un numéro de lot, de pouvoir localiser précisément ses produits, en moins de 2h. Et en moins de 24h, nous savons retrouver avec précision le lot de blé utilisé pour la fabrication d'un paquet de pâtes donné. De plus, chaque année, ce sont plus de 19.000 analyses sur les Matières Premières et Produits finis qui sont réalisées, avec plus de 700 notes de dégustation. Les ingrédients de nos produits sont soigneusement sélectionnés afin de garantir une qualité du produit à hauteur des exigences des chefs et de leurs convives. Si nous prenons par exemple les sauces Panzani, elles sont produites à partir de tomates cultivées en plein champ, et mûries au soleil. » - **Panzani Food Service**

« Chez Davigel nous nous sommes officiellement engagés dans l'amélioration de la qualité nutritionnelle, de la durabilité des modes de production, de transformation et de distribution de nos produits, en signant un « Accord Collectif P.N.A* ». Nous nous engageons ainsi à réduire de 8% la teneur en sel des plats cuisinés dans nos ateliers, de 3% la teneur en sucre de nos desserts et à réduire la matière grasse utilisée dans de nombreux produits. » - **Davigel**

*Programme National pour l'Alimentation



« Depuis 2013, nos recettes 100% Pommes en coupelle plastique sont élaborées avec des fruits 100% France. En 2016, nous avons appliqué la même démarche à nos boîtes 5/1. De plus, cette année ont été lancées 4 recettes incontournables de desserts aux fruits, élaborées uniquement avec des fruits (pommes + seconds fruits) et du sucre français. En même temps, pour inciter

au développement de la filière Bio en France, nous avons accompagné 3 arboriculteurs à la plantation de parcelles Bio dédiées, en nous engageant à acheter une part majoritaire de ces parcelles. Ainsi, 8 hectares ont été plantés en 2009 et la première récolte a eu lieu en Septembre 2012 sous le soleil du Vaucluse »
Charles et Alice Restauration



« Equilibre alimentaire et nutrition sont au coeur de nos attentions : nous avons lancé, en 2016, les produits labellisés "Bleu-Blanc-Cœur", une démarche d'amélioration de la teneur nutritionnelle en Oméga 3 de notre alimentation. Le logo Bleu-Blanc-Cœur apposé sur un produit est un gage de qualité, attestant d'une différenciation de composition grâce à une chaîne alimentaire tracée : de l'alimentation des animaux, au transformateur, distributeur... jusqu'au consommateur. » - **Espri Restauration**



« Nous avons initié il y a 10 ans, le programme LU'Harmony réunissant 1700 agriculteurs partenaires, au plus près de nos usines ayant adhéré à une charte de bonnes pratiques agricoles dont l'un des engagements est la contribution à la préservation de la biodiversité locale. Cela passe par 3% de bordures fleuries dans les champs des agriculteurs partenaires, pour préserver les pollinisateurs, représentant plus de 900 hectares soit 6% de la surface mellifère en France. Aujourd'hui 98% des biscuits vendus en France sont à base de farine Harmony. » - **Mondelez**

« Nous sommes engagés pour fournir des produits de qualité, dans le respect de l'environnement et des matières premières, et cela commence dès le champ. C'est pourquoi nous privilégions un approvisionnement en pommes de terre locales auquel s'ajoute un partenariat durable avec des agriculteurs tous 100% certifiés global GAP (Good Agricultural Practices), organisme qui fournit des bonnes pratiques et des standards pour une agriculture responsable. Nous travaillons avec nos agriculteurs partenaires pour améliorer constamment les techniques de culture, ainsi nous avons limité la consommation d'eau par tonne produite dès le champ. Conscients des enjeux nutritionnels, nous avons réduit le niveau d'acides gras saturés dans nos produits à marque McCain de 75% depuis 2008 et le niveau de sel de nos spécialités McCain de 40% » - **McCain**



« Nous avons la conviction que la qualité des produits commence par la qualité des matières premières. C'est pourquoi, les 1000 éleveurs laitiers avec qui nous travaillons en France ont tous signé la charte des bonnes pratiques d'élevage, garantissant notamment la bonne santé des animaux, une alimentation saine, équilibrée et tracée, et leur bien-être. » - **Bel Foodservice**

« Sûrs que des éleveurs efficacement conseillés, est l'assurance d'un lait plus durable, nous accompagnons, sur l'aspect technique, les producteurs dont nous collectons le lait en développant une palette de mesures visant à déployer les meilleures pratiques d'élevage en faveur du développement durable. Ces mesures vont du diagnostic énergétique des bâtiments d'élevage à l'équipement d'économie d'énergie en passant par le recyclage des bidons et emballages d'agro-fournitures et le conseil pour une alimentation des vaches réduisant l'empreinte carbone et favorisant la biodiversité. Cependant, également convaincus que des vaches mieux nourries, dans le respect de l'environnement, c'est la garantie d'une nutrition durable, nous accompagnons aussi nos éleveurs dans la conception de rations alimentaires optimales pour les vaches, permettant de tendre vers une amélioration du lait standard, de ses composantes en matières grasses, et de ses bénéfices santé. » - **Lactalis**



« Nous améliorons nos produits dans le sens des préoccupations de santé publique relatives à la nutrition, à la lutte contre l'obésité et certaines maladies. C'est pourquoi, en 2016, nous avons développé une gamme de salades allégées en sauce (moins de matières grasses) et à teneur de sel réduite dont les premières références sont déjà commercialisées. Pour 2017, nous avons aussi l'intention de mettre en place une gamme de salades « Clean Label », sans colorants, conservateurs et texturants artificiels. Enfin, nous inscrivons nos relations avec nos fournisseurs dans la durée. La plupart d'entre-eux sont des fournisseurs historiques avec qui l'ancienneté de notre relation dépasse souvent 10 ans. » - **Génération 5**

« Nourrir, n'est pas anodin. Chez Fleury-Michon, nous considérons que nous avons une responsabilité dans la santé des consommateurs. Notre démarche santé a démarré en 1999 pour aboutir dès 2002 à la création de recettes à teneur réduite en sel. En 2010 puis en 2013, nous nous sommes officiellement engagés auprès du Ministère de la Santé avec la signature d'une charte PNNS : un double engagement dans la durée, cas unique en France, gage de nos convictions. Résultats, tout en utilisant notre savoir-faire culinaire : baisse du taux de sel (charcuterie et plats cuisinés), du taux de matières grasses (plats cuisinés), du taux de sucre (surimi) et développement de recettes sources de fibres. Bien avant la réglementation, nous avons appliqué un étiquetage nutritionnel sur tous nos produits pour permettre au consommateur de savoir exactement ce qu'il mange. » - **Fleury Michon**

« Depuis 10 ans, nous menons une démarche d'amélioration continue de la qualité nutritionnelle de nos produits à partir des critères Nutritional Foundation basés sur les recommandations internationales de santé publique. Nous travaillons sur cette démarche en lien avec des médecins nutritionnistes et des diététiciennes. Nous avons mis en place une méthodologie rigoureuse pour l'évaluation et l'optimisation de chaque produit qui passe par la détermination de sa catégorie et de sa place dans l'alimentation, l'identification des nutriments à encourager ou à limiter, l'adaptation à la population destinataire et la recherche de la taille de portion habituellement consommée. À ce jour, 100 % des boissons et 97 % des produits culinaires des gammes Nestlé Professional sont conformes à ces critères. » - **Nestlé Professional**

« C'est en soumettant notre production à une triple exigence : rigueur, savoir-faire et qualité irréprochables, que nous pouvons continuellement améliorer la qualité de nos produits. En plus de garantir un lait de qualité issu d'exploitations laitières françaises, nous nous attachons à améliorer de façon permanente le profil nutritionnel de nos produits, ainsi 6 produits sur 10 sont améliorés tous les deux ans pour mieux correspondre aux besoins des Français. »
Danone Produits Frais France

« Tous nos producteurs collectés en France, adhérent à la Charte des Bonnes Pratiques d'Elevage. Véritable assurance qualité du lait, elle engage aussi les éleveurs à prendre en compte le bien-être des animaux et à respecter l'environnement. Ces bonnes pratiques s'accompagnent de conditions rigoureuses de conservation et de contrôle de la qualité du lait avant et après collecte. Nos animateurs des ressources laitières sont présents sur le terrain et accompagnent nos producteurs dans le développement durable de leurs exploitations, en les aidant notamment à améliorer leur performance économique et à réduire leur empreinte sur l'environnement. Nous collectons le lait de nos producteurs à proximité immédiate des laiteries. Nous privilégions les meilleurs territoires et nous les valorisons. Normandie, Bretagne, Pays de Loire, Auvergne, Bourgogne, Pays basque, AOP Charentes-Poitou, Epoisses, Maroilles, Lait de Montagne, lait de printemps, nos produits revendiquent leurs origines et leurs différences. Elles en font toute la saveur. » - **Savencia Fromage & Dairy**

« Chez Unilever, la sécurité de nos produits est notre priorité absolue. Notre objectif, d'ici 2020, en terme de garantie qualité et composition est de doubler le nombre de nos produits répondant aux critères nutritionnels les plus stricts basés sur des recommandations alimentaires internationales. En parallèle, nous avons, depuis 2010, consigné nos directives dans le Code de l'Agriculture Durable qui permet de faire évoluer favorablement les modes de production. Dans cet esprit, d'ici 2020, 100% de nos matières premières agricoles seront issues de l'agriculture durable. Enfin, nous nous impliquons dans le respect du bien-être animal notamment dans nos crèmes glacées Ben&Jerry's et nos mayonnaises Hellmann's et Amora qui sont préparées à partir de 100% d'œufs de poules élevées en plein air. » - **Unilever**





« Afin d'améliorer de façon continue la qualité des produits, nous travaillons en collaboration avec nos agriculteurs sur la mise en place d'un cahier des charges pour le maintien et le développement d'une filière blé dur française de qualité. Ce cahier des charges défend notamment une agriculture raisonnée passant par la sélection des parcelles éloignées à plus de 300 mètres de toute source de pollution dans lesquelles l'épandage de boues d'épuration est interdit, et la sélection des semences pour répondre à la qualité de nos pâtes.

De plus, nous nous engageons pour une alimentation plus saine en réduisant de façon conséquente les résidus de pesticides, mycotoxines et métaux lourds dans le blé.

En parallèle, soucieux du bien-être animal, nous avons amorcé en 2016 une transition vers un approvisionnement en œufs de poules élevées en plein air. L'ensemble des produits Alpina Savoie sera fabriqué exclusivement avec ce type d'œufs dès le second semestre 2017. » - **Alpina Savoie**

« Depuis 2009, le Groupe Bonduelle s'est engagé dans le développement d'un programme-pilote de culture de légumes en plein champ avec 8 fermes pilotes d'agriculteurs en Picardie. Ce programme a permis de tester des innovations techniques et culturelles en conditions réelles visant à réduire significativement l'usage des produits phytosanitaires, en ayant notamment recours à des techniques très pointues de désherbage mécanique. Il porte également sur d'autres thématiques comme la fertilisation et la protection des cultures ou encore la rotation des cultures. Le programme est encourageant : il révèle qu'il est possible de produire les mêmes quantités de jeunes carottes, haricots et pois de conserve avec la même qualité et au même prix, tout en réduisant de 17% l'utilisation des produits phytosanitaires (données 2013). Le programme pilote se prolonge au cœur d'un Groupement d'Intérêt Economique et Environnemental approuvé par le Ministère de l'Agriculture. » - **Bonduelle**



« Depuis 2009, nous avons mis en place, dans un réseau de fermes pilotes, des programmes testant et évaluant des bonnes pratiques agricoles moins impactantes pour l'environnement. En parallèle, tous nos fournisseurs de salade sont certifiés Global GAP et LEAF (Linking Environment And Farming) et tous nos fournisseurs de pommes et de poires sont engagés dans la démarche Vergers Ecoresponsables. Cette démarche est l'application d'une méthode de production de haute qualité donnant la priorité aux méthodes écologiquement sûres afin d'améliorer la protection de l'environnement et la sécurité alimentaire. » - **Florette Food Service**



③

**Réduire l'impact
environnemental
de nos produits**

Une note du Commissariat Général au Développement Durable de 2013 précise que « *l'essentiel des impacts environnementaux des produits agroalimentaires, émissions de GES* comprises, relève plus de la phase amont de la production agricole (57% des émissions de GES en moyenne) que du transport (17% en moyenne).* »⁶

* GES : Gaz à Effet de Serre

Quels sont les types d'actions que nous menons, grâce à nos volumes ?

- Rationnaliser nos circuits de distribution en les massifiant pour diminuer l'impact environnemental du transport.
- Faire en sorte que les collectes ou les récoltes soient réalisées au plus près de nos usines, ce qui permet de limiter l'impact carbone du transport jusqu'à l'usine.
- Optimiser le remplissage de nos camions (augmentation du nombre de palettes par camion ou baisse de la densité).
- Mettre en place des plans de transport optimisés (logiciel ou système GPS).
- Former nos chauffeurs à l'éco conduite.
- Optimiser le nombre de kilomètres parcourus dans une année.
- Réaliser des co-livraisons clients,
- Développer des méthodes de transport alternatives (rail), combiné rail-route, péniches.

Agir sur le transport et la distribution de nos produits.

Maturité des fruits et légumes, proximité et impact environnemental ne font pas toujours bon ménage :

Rechercher des produits de saison sur un autre territoire peut avoir du sens pour préserver la qualité des produits et diminuer la production de GES : produits « localement » sous serres chauffées, des fruits et légumes pourront être plus générateurs d'émissions de GES que s'ils sont produits en plein air, plus au « sud » et acheminés par des modes de transport efficaces.*

* (Guide GEM Climat)

Travailler à la diminution de l'impact environnemental de nos process industriels.

Comment diminuons-nous cet impact ?

Afin d'atteindre cet objectif, différentes mesures ont été mises en place selon les entreprises, leur taille, leur process, leurs leviers d'action :

- La sensibilisation des **collaborateurs à la RSE**.
- Un **travail sur la réduction de la consommation d'eau**, notamment avec des systèmes de recyclage de l'eau pour les process, ainsi que **la consommation d'énergie fossile**.
- La surveillance des **bilans carbone**.
- La mise en place de politique de **réduction de l'empreinte carbone des produits**.
- Dans le cas où les productions françaises de fruits et légumes de saison ne répondent pas à la demande, garantir le bon respect du développement durable lors de la production des fruits et légumes utilisés, en respectant la Certification Global GAP (Good Agricultural practices) pour les fruits et légumes en France mais également Veconatur pour l'Espagne et MSC pour les poissons^{*}.

Des entreprises s'engagent dans des processus d'amélioration, voire de certification (ISO 50 0001). La gestion des biodéchets et la maîtrise du gaspillage alimentaire sont indissociables : des process de valorisation des biodéchets sont mis en place après traitements spécifiques.

Des Mesures couramment prises selon les produits, les entreprises et leurs process :

- Renvoyer les **déchets valorisables** aux agriculteurs avec qui nous travaillons (engrais, élevage).
- Recycler **100% de nos déchets végétaux consommables**.
- Valoriser des **condensats de désodorisation**.
- Disposer de stations d'épuration pour chaque site de production, générant du biogaz réutilisé dans nos chaudières à partir des déchets organiques de la production. Dans de nombreux villages, ces stations permettent aussi le traitement des eaux de la commune, qui sans cela devrait investir (des centaines de milliers d'Euros) ou trouver des solutions alternatives.
- Traiter nos **effluents par méthanisation**.
- Mettre **en place des indicateurs** : Kg de DIB*/ kg de produit fabriqué.

* Déchet Industriel Banal

⁶ Note 158 - mars 2013 - Consommer local, les avantages ne sont pas toujours ceux que l'on croit.

* cf. note de bas de page n° 4 - page 15

L'emballage apporte de nombreux bénéfices : protéger nos produits et, dans un grand nombre de cas, assurer leur conservation. Nous travaillons à leur optimisation et à leur recyclage.

Comment optimiser nos emballages ?

- Diminuer leur poids pour une même solidité.
- Innover : bouteilles en PET compactables (gain de 40% de volume déchets).
- Réaliser un soufflage des bouteilles en interne pour optimiser les flux logistiques (moins de camions).
- Calculer l'impact environnemental des emballages (ACV - Analyse de Cycle de Vie des emballages).
- Optimiser l'épaisseur des films et cartons.
- Réduire les suremballages.
- Favoriser leur compactage.
- Développer des solutions refermables pour une meilleure sécurité sanitaire et moins de gaspillage alimentaire.



Les entreprises témoignent



« Notre engagement vers un développement respectueux de notre environnement s'est concrétisé en 2012 par l'obtention de la certification ISO 50001 de nos principaux sites. C'est dans une démarche de management énergétique que nous avons mis en place notre programme d'amélioration de la performance énergétique déployé autour de 3 axes principaux. Le premier est l'implication du personnel à travers leur sensibilisation aux bonnes pratiques, la collaboration de tous les services, l'optimisation de l'intégration et de la conduite des installations, des équipements. Le second est la technologie, en priorisant les installations frigorifiques les plus performantes équipées de récupération de chaleur (aujourd'hui près de 70% de notre consommation électrique) en développant des plans de comptage pour assister une meilleure conduite des installations énergétiques. Et enfin le troisième est le management de l'énergie en maintenant la certification et en intégrant nos partenaires. » - **Groupe Aoste**



« Nous nous sommes fixé un objectif ambitieux qui est la neutralité carbone d'ici 2050. Pour atteindre cet objectif, nous travaillons sur l'ensemble du cycle de vie de nos produits, de la production du lait à l'emballage. Après avoir, en 2010, testé des solutions innovantes pour améliorer l'empreinte environnementale sur les productions de lait, nous rejoignons, aujourd'hui, la démarche « Ferme Laitière Bas Carbone » avec pour but de réduire de 20 % des émissions de CO2 d'ici à 2025. En parallèle, notre programme visant à réduire la consommation d'eau, récupérer l'énergie et mieux traiter les déchets nous a permis d'obtenir la certification ISO 14001 pour toutes nos usines en 6 ans. En 2015, notre laiterie de Molay-Littry est devenue la première usine de notre groupe à obtenir la certification ISO 50001, garantie de la maîtrise et de la gestion de la performance énergétique. Et pour finir avec le packaging, nous avons fait perdre à nos pots de « yaourt » classique près de 1/3 de leur poids en 10 ans, et continuons à travailler avec nos partenaires sur la fin de vie de nos emballages. » - **Danone Produits Frais France**

« Chez Davigel, nous avons réussi à réduire notre empreinte carbone de 1902 tonnes de CO2, depuis 2015, grâce à plusieurs initiatives. Nous avons mis en place un logiciel d'optimisation des tournées, nous avons formé plus de 230 chauffeurs à l'éco-conduite et nous sommes équipés de 197 véhicules en norme Euro VI. » - **Davigel**

« Chez Marie Surgelés nous réduisons notre impact environnemental grâce à la mise en place d'un système de management de l'énergie (ISO 50001) et un travail sur la réduction et la valorisation de ses déchets.

Nous avons investi, sur l'année 2015-2016, dans un système qui nous permet aujourd'hui de récupérer la chaleur évacuée par les compresseurs frigorifiques. Cette chaleur est ensuite réinjectée dans le système de chauffage de l'eau (process et nettoyage) et permet également de chauffer les ateliers de conditionnement et de stockage des emballages. Cela représente une réduction globale d'environ 12% de consommation de gaz et 10% de consommation d'électricité, sur la seule usine de Mirebeau.

Concernant les déchets, un tri sélectif a été mis en place aussi bien dans les usines que dans chaque bureaux. Papiers, cartons, plastiques sont valorisés à part et les rebus de fabrication sont valorisés en alimentation animale et profitent en particulier aux élevages canins de la région. » - **Marie Surgelés**

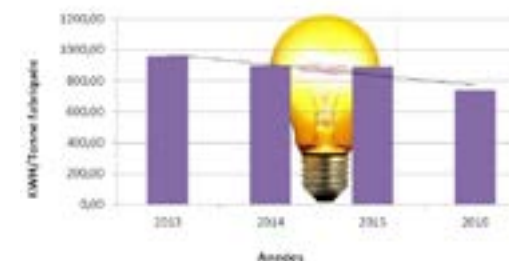
« Nos ateliers de fabrication étant implantés au cœur de la vallée du Rhône, de la naturalité de nos produits à la préservation de la nature, il n'y a qu'un pas ! Nous sommes certifiés ISO 14001 et depuis 2016 nos deux sites sont certifiés ISO 50001. Ce n'est pas tout, nous travaillons sur la réduction et le recyclage de nos déchets, la préservation des ressources naturelles et l'économie d'énergie.

Plus de 90% de nos déchets sont recyclés. Nous avons, depuis 2008, produits -22 000 tonnes de déchets, réduit notre consommation d'eau de 58% à la tonne fabriquée, notre consommation électrique de 21% et notre consommation de gaz de 35% à la tonne fabriquée. Viennent s'ajouter à ces améliorations, la création, en 2001, d'une station d'épuration sur le site d'Allex (26) pour une eau qui ressort en qualité baignade et en 2016, d'une filière de méthanisation de nos déchets organiques en Ardèche. » - **Charles et Alice Restauration**



« Avec près de 5,4 millions d'euros investis dans l'énergie, notamment dans une chaudière biomasse en 2013 (diversification des sources d'énergie - couverture de 85% des besoins en vapeur du site - éviter l'émission de 10 000T de CO2/an) nous avons également mis en place de nombreuses optimisations : installation de variateurs de vitesse, d'économiseurs placés sur les fumées des chaudières gaz et biomasse, remplacement des tubes néons par des éclairages LED. Nous avons mis en oeuvre un système de management de l'énergie et avons obtenu en 2014 la certification 50001. Ces initiatives ont permis de réduire de 1,5% la consommation d'électricité par tonne de produits finis entre 2013 et 2014 et de 3,4% entre 2014 et 2015. En terme d'emballages, nous misons sur la certification FSC. » - **Sill**

Consommation d'Electricité en kWh/T de produit fabriqué



« Nous avons décidé de nous lancer dans la mise en place d'un système de management de l'énergie en 2015, ce qui nous a pris un peu moins d'un an et s'est déroulé en 2 étapes : la constitution d'une équipe énergie et la réalisation d'un audit énergétique. Cependant, c'est la 2ème étape qui nous a vraiment permis de nous améliorer sur le sujet. En effet, grâce à cet audit nous avons pu nous rendre compte que ce qui avait besoin de changer était l'utilisation des gaz R134 dans les groupes de froid. Nous les avons donc supprimés et remplacés par des compresseurs utilisant l'ammoniac, le gaz le moins impactant en terme d'émissions de gaz à effet de serre. Nous avons ainsi pu réduire nos consommations d'électricité de plus de 15% en 1 an. » - **Espril Restauration**

« La réduction de l'impact de nos activités sur le milieu naturel est une vraie volonté de Panzani, c'est pourquoi toutes nos semouleries françaises sont certifiées ISO 14001.

De plus, nous travaillons sur les emballages de nos produits avec notamment pour les sauces Panzani des emballages métalliques 100% recyclables, sans aucune détérioration de ses qualités après recyclage. » **Panzani Food Service**

« Afin d'expérimenter les meilleures pratiques agricoles, nous avons mis en place en 2009, un réseau de fermes pilotes dans nos principaux bassins de production (Sud Espagne, Bretagne, Languedoc Roussillon), l'objectif étant de mettre en place et d'appliquer un plan de progrès agricole à l'horizon 2020.

De ce programme ressort des pratiques probantes favorables à nos 4 enjeux environnementaux : la réduction de l'impact des traitements phytosanitaires, la maîtrise de la consommation d'eau, la réduction de l'impact de la fertilisation azotée et le maintien de la biodiversité. Nous souhaitons maintenant, diffuser plus largement ces pratiques auprès de l'ensemble de nos producteurs & fournisseurs de salade » - **Florette Food Service**

« Nous commercialisons nos légumes dans plus de 100 pays. Des milliers de tonnes de produits sont acheminées depuis les exploitations agricoles vers les usines, puis des usines vers les circuits de distribution. Le transport est donc un élément stratégique. Pour réduire le nombre de camions sur les routes, nous mutualisons nos transports et développons des solutions alternatives à la route comme le train ou le bateau. L'ensemble des travaux a apporté une économie globale de près de 7 000 tonnes de CO2 sur l'année 2015-2016. » - **Bonduelle**



« Dans le cadre de la réduction de l'impact environnemental de nos produits nous travaillons pour réduire la consommation en énergie fossile.

La production de vapeur est en partie issue de la récupération de la production de chaleur des industries avoisinantes. Depuis début 2016, une chaudière alimentée par du bois de forêts Rhône-Alpes fournit 25% de notre consommation.

Nous avons également cherché à réduire nos consommations de vapeur grâce aux investissements réalisés pour renforcer l'isolation des vannes, des conduites de vapeur et ainsi réduire les déperditions de chaleur.

Cette consommation a été réduite de 15 % grâce à l'optimisation du pilotage de nos lignes par la formation de nos équipiers.

Parallèlement nous avons développé des emballages RHF en plastique PE vierge entièrement recyclables, initiative suivie par un travail sur le développement de packs carton entièrement recyclables et issus de la filière FSC. » - **Alpina Savoie**

« Notre démarche globale de qualité, la limitation de l'impact environnemental fait partie des priorités du groupe Nestlé. Pour Nescafé, nous limitons l'impact environnemental du producteur de café jusqu'au consommateur :

- accompagnement des producteurs sur le terrain (d'ici 2020, initiative lancée en 2010, distribuer 220 millions de plants de cafés de meilleure qualité et meilleur rendement sans manipulation génétique),
- former 10 000 caféiculteurs par an à des techniques de culture et de récolte plus durables et respectueuses de l'environnement.

Mais cela passe aussi par le souci du « made in France » : fabrication de la plupart des produits de la marque, dans nos 22 usines et 5 centres de recherche Nestlé présents sur le territoire, tous certifiés ISO 14001. Dans l'usine de Dieppe, réutilisation énergétique du marc de café, installation d'une chaudière à bois, recyclage de l'eau et des emballages, remplacement du fioul lourd par du gaz naturel vont permettre une réduction de 70% des émissions de CO2 par tonne de café produite à fin 2017 versus 2010.

Enfin, les produits déshydratés offrent des avantages sur le plan environnemental : leur volume diminuant jusqu'à 90%, ils sont plus compacts et plus faciles à transporter. Il y a donc moins de transport et moins de déchets » - **Nestlé Professional**

« Nous avons développé des méthodologies, WASABEL (Water Saving At Bel) et ESABEL (Energy Saving At Bel), qui permettent à toutes les usines du Groupe de partager leurs bonnes pratiques et de bâtir des plans d'action efficaces selon un modèle commun. Nous avons travaillé au développement des énergies renouvelables : la fromagerie de Cléry-le-Petit dans la Meuse, a mis en service une chaudière dite « biomasse » qui produit de la vapeur à partir d'un combustible constitué de plaquettes de bois, une ressource naturelle et renouvelable. Ceci a permis de réduire de 70% les émissions de gaz à effet de serre du site, tout en privilégiant les ressources énergétiques locales. Le bois utilisé provient de la région (notamment de l'élagage et de l'entretien des forêts) » - **Bel Foodservice**



« Pour la réduction de l'impact environnemental lié aux transports et à la logistique des produits, l'entreprise agit à plusieurs niveaux : amélioration du remplissage des camions, mise en place de co-livraisons permettant d'éviter des retours à vide, développement du rail-route, diminution des consommations d'électricité et de gaz, etc. Exemple innovant, depuis 2011, Unilever France utilise la palette carton K-pal, réutilisable composée à 100 % en papier recyclé et donc 100 % recyclable. Plus fine et plus légère, elle permet d'optimiser le remplissage des camions et de réduire les émissions de CO2 des livraisons : environ 52 tonnes d'émissions de CO2 évitées par an par palette. Nos usines en France ont réduit de 39 % leurs émissions de CO2 depuis 2009. Nous rendons nos emballages plus durables. Les emballages des produits Knorr sont réutilisables. Ils sont empilables, refermables, et résistants au lave-vaisselle. Nous optimisons les tailles des emballages selon les besoins des opérateurs : nous proposons des seaux ou des sacs pour de grosses quantités sans multiplier les emballages. Parallèlement, depuis 2015, 75 % du papier et carton utilisés dans les emballages proviennent de sources durables ou sont composés de matière recyclée. 100 % des emballages des glaces Ben&Jerry's, Magnum, soupes Knorr, boîtes de thé Lipton et tisanes Eléphant sont composés de carton certifié FSC ou PEFC, pour une gestion durable des forêts. » - **Unilever**



« Nous agissons sur le devenir des déchets générés lors de la fabrication et de la préparation de nos produits par de l'emploi local !

McCain Alimentaire parraine depuis 3 ans un partenaire de l'Economie Sociale et Solidaire - Gecco - pour développer le recyclage de l'huile de friture usagée en biocarburant selon un nouveau procédé beaucoup moins émetteur de gaz à effet de serre. Ce biocarburant est 93% moins émetteur de CO2 que le gazole classique et 65% moins émetteur que le biodiesel actuel.

Grâce à ce projet, McCain propose un service gratuit supplémentaire aux professionnels de la restauration - la collecte de leur huile usagée par Gecco : les restaurateurs sont en capacité d'être acteurs dans l'Economie Sociale et Solidaire.

Aujourd'hui, l'intégralité des huiles usagées générées par les usines françaises de McCain est collectée par Gecco.

A volume équivalent, la production de biocarburant est 10 fois plus génératrice d'emplois que la fabrication des carburants classiques. Ces emplois sont locaux : l'expertise de Gecco repose sur la collecte du dernier kilomètre. Cette économie circulaire a donc pour vocation de collecter local, de transformer local et de consommer local. Le Biocarburant généré est consommé dans un bus scolaire de la ville de Lille (et autres véhicules de la mairie). »

McCain

« Pour les économies de gaz, nous avons réduit notre consommation de gaz propane de - 7,5 % cela représente une économie de 9245 L (ou 4923 kg) de Gaz soit 68 109 KW.

Pour les économies d'électricité, nous avons décidé en 2016 d'arrêter l'éclairage de nuit de l'entreprise et de mettre en place des détecteurs de mouvement pendant les heures d'ouvertures 4H30 -20H. Nous sommes en train de passer à des hottes d'extraction pour limiter la consommation d'électricité. Ces changements nous ont permis de réduire notre consommation d'électricité de 4%.

Concernant les économies d'eau, notre objectif est de réduire notre consommation d'eau par tonne de produit fini de 20% pour 2017, sur l'année 2015-2016 nous l'avons déjà réduite de 12%.

Nous avons mis en place un surpresseur afin d'utiliser nos effluents à la place de l'eau de ville pour le nettoyage/rinçage et nous sensibilisons l'ensemble de notre personnel aux bonnes pratiques lors de la production et du nettoyage. Nous avons également pour projet d'ici 2020, d'acquérir des cuiseurs recyclant l'eau de refroidissement, la mise en place de buses de nettoyage avec pompe HP sur les mélangeurs en remplacement du nettoyage au jet et l'installation d'un système de récupération des condensats de la chaudière et des marmites de cuisson afin de réduire notre consommation d'eau et de gaz.

En terme de diminution et de valorisation des déchets, sur 3 ans nous avons enregistré une baisse

de 25,8% des déchets de l'usine, grâce à l'installation d'un nouvel ERP (Logiciel) améliorant la planification de la production et ordonnancement des ordres de fabrication. Nous avons mis en place le tri des déchets depuis 9 ans :

- stockage des déchets organiques issus de la fabrication (ex : épluchage des légumes bruts) dans une benne fermée et récupération pour être traités en compost ou méthanisation,
 - stockage des cartons et plastiques en compacteur monobloc, stockage des palettes perdues sur site et récupération pour traitement et valorisation.
- Nous avons impliqué les employés et les fournisseurs dans cette démarche.

Pour ce qui est du rejet et du traitement des eaux usées, nous faisons construire une unité de prétraitement de nos eaux résiduelles industrielles (2013).

Concernant le transport et les économies de carburant, nous optimisons quotidiennement les chargements des camions de transports de nos produits finis. Nous sous-traitons le transport à des prestataires frigorifiques ayant mis en place un plan d'action pour le développement durable avec renouvellement de leur parc, formation du personnel à l'éco-conduite, maîtrise de leur consommation de carburant et étude des possibilités de camions hybrides et électriques. Enfin, 43% de nos fournisseurs de denrées alimentaires et d'emballages sont situés à moins de 200 kms de notre site de production. » - **Génération 5**



4

**Etre acteur de la réduction
du gaspillage alimentaire**



Optimiser nos process industriels.

Les industries alimentaires ont depuis longtemps travaillé à réduire le plus possible les pertes et gaspillages, grâce à l'optimisation des procédés de fabrication et à la valorisation de coproduits.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est intégrée tout au long du cycle de vie du produit :

- Lors de la conception du produit,
- Au cours de la transformation industrielle,
- Pendant la distribution.

<http://www.ania.net/wp-content/uploads/2015/10/Charte-anti-gaspi2.pdf>

Les entreprises Agro-Alimentaires ont cependant un rôle à jouer aux côtés de l'ensemble des acteurs concernés dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et notamment des restaurateurs.

Le taux de pertes et gaspillages est de 4,5% au niveau de la transformation, et de 7,3% au niveau de la consommation (à domicile et hors domicile).⁷

⁷ Etude ADEME - mai 2016 - Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire.

Accompagner les professionnels
de la restauration dans la lutte contre le gaspillage.

Voici quelques solutions pouvant être mises en place afin d'aider au mieux les professionnels de la restauration :

- **Apporter des informations au restaurateur** sur l'utilisation des produits : indication sur les emballages de repères de consommation (pour mieux doser), d'informations sur l'utilisation du produit (préparation, astuces cuisine,...), informations sur les dates de péremption, sur les taux de perte des produits, conseils de stockage/conservation.
- **Diffuser des bonnes pratiques** pour éviter le gaspillage au quotidien : Comment mieux acheter, ranger sa chambre froide, conserver ses aliments, accommoder les restes (idées recettes, ...).
- **Aider à la gestion matière première** : indications sur le nombre de portions par conditionnement, le poids net, les pertes à la cuisson, conseils sur le stockage et la conservation des produits, ...
- **Adapter la taille des portions au type de convive** : enfant/adulte, actif/personne âgée.
- **Adapter les modes de conservation, les emballages et le conditionnement** pour protéger les produits et répondre aux contraintes de sécurité sanitaire, sans accroître les pertes (manipulation des produits).
- **Apporter des solutions** : recettes à partir de produits/plats non utilisés afin de ne pas jeter.
- **Mettre en place des actions visant à sensibiliser** (pesée des éléments présents sur le plateau en fin de repas) et à inciter au tri (tables de tri).
- **Appui à l'utilisation du produit** : conseillers culinaires pour optimiser le choix de la technologie et de la préparation des produits en cuisine.
- **Appui sur la communication** : mise en œuvre d'animations ludo-pédagogiques dans les restaurants scolaires pour sensibiliser aux pratiques évitant le gaspillage.

Les entreprises témoignent



« Afin d'assister au mieux les restaurateurs dans la lutte anti-gaspillage, nous indiquons systématiquement la fréquence de consommation recommandée par le GEM-RCN et l'équivalent portions cuites sur tous les emballages. Nous avons également mis à leur disposition un facilitateur de recettes intégrant un simulateur d'ingrédients en fonction du nombre de convives. » - **Panzani Food Service**



« Nous avons des conseillers culinaires dans chaque région de France pour aider les chefs à bien utiliser nos produits, pour les conseiller sur la remise en œuvre et les aider à maîtriser le poids assiette et le coût du produit. » - **Espri Restauration**



« Le refus du gaspillage fait partie intégrante de notre modèle économique et social, tout au long de sa chaîne de valeur. C'est pourquoi, 99% des coproduits (crème, lactosérum, fromages déclassés) générés lors de la fabrication de fromage sont réutilisés au sein de nos sites de production. De plus, nous menons plusieurs initiatives en restauration scolaire, comme notamment le co-financement de tables de tris des déchets en partenariat avec Chef'Eco, société spécialisée dans la gestion des déchets et du gaspillage en restauration hors foyer, la mise en place d'animations ludo-pédagogiques pour sensibiliser les enfants à la lutte contre le gaspillage alimentaire et aider les chefs à développer des recettes équilibrées et adaptées au goût des enfants. » - **Bel Foodservice**

« Nous nous engageons dans la lutte contre le gaspillage alimentaire à chaque étape de vie des produits, de la conception jusqu'aux consommateurs. Ce qui explique que, par exemple, afin d'éviter toute destruction de produits invendus, nous avons signé une charte de don avec la Fédération Française des Banques Alimentaires et donné chaque année, depuis 2013, en moyenne plus de 300 tonnes de produits. » - **Danone Produits Frais France**

« Nous contribuons, depuis longtemps, à lutter contre le gaspillage alimentaire, entre autres avec notre département dédié aux ordres de fabrication au plus près des commandes , nos programmes de production optimisent au plus juste la mise en œuvre, nos formations à la maintenance préventive des matériels, au respect des barèmes (cuisson et refroidissement) et nos formats individuels (à fractionner, à partager, à refermer).

Cela passe aussi par :

- la valorisation alimentaire des coproduits et des dons aux banques alimentaires,
- la logistique en flux tendu (livraisons le jour même ou maximum le lendemain selon les zones géographiques 6/7j),
- des emballages régulièrement optimisés (poids, surface, matériaux)
- des gammes pour la restauration qui favorisent le juste besoin sans casse des établissements.» - **Fleury Michon**

« Afin de prévenir le gaspillage alimentaire, nous avons une procédure de gestion quotidienne des DLC courtes ou invendus produits finis. Cette procédure consiste en une relève quotidienne des DLC des produits stockés, suite à quoi le service télévente prend la relève. En effet, il propose, dans un premier temps, une offre spéciale aux clients ou destockeurs acceptant une DLC inférieure à notre durée de vie référente (2/3 de vie garantie à réception). Dans un deuxième temps, il propose le reste des recettes invendues aux associations d'aides alimentaires. » - **Génération 5**

« Avec 58 sites industriels de production, situés au plus près des zones de récolte, nous travaillons à l'amélioration constante de l'impact de nos activités sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Les pertes de matières premières agricoles réalisées dans les sites industriels sont ainsi valorisées à 100%. Nous nous engageons également auprès des populations en proposant des actions de sensibilisation à la lutte contre le gaspillage alimentaire. Au travers de ses appels à projets, la Fondation Louis Bonduelle a déjà financé 21 projets de réduction du gaspillage au domicile, concernant plus de 50 000 personnes dans 5 pays différents. » - **Bonduelle**

« En tant qu'acteur de la réduction du gaspillage, nous travaillons aussi bien à optimiser nos process industriels qu'à assister les chefs dans la lutte contre le gaspillage. C'est pourquoi nous sommes membres du Club des Entreprises Solidaires des Banques Alimentaires depuis 2014, et avons permis à l'association de délivrer l'équivalent d'une centaine de repas supplémentaires par jour et par an et de contribuer au financement de l'ouverture de deux nouveaux entrepôts, à Gennevilliers en Ile-de-France et Pontarlier en Franche-Comté. Et que nous soutenons les chefs dans l'organisation plus efficace de leur cuisine, avec par exemple notre Waste Service, les aidant à mieux comprendre leur flux de déchets, ou encore avec des outils pour réduire les déchets alimentaires, comme l'application « Stop au gaspi ». » - **Unilever**

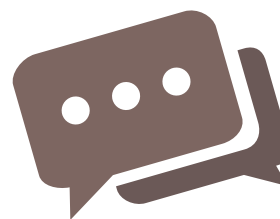


« Notre engagement dans la lutte contre le gaspillage alimentaire s'exprime notamment avec le projet « Bon et Bien ». Cependant, ce projet ne s'arrête pas à la lutte contre le gaspillage alimentaire, il soutient aussi l'emploi local de réinsertion.

Démarré en octobre 2014 pour lutter contre le gaspillage alimentaire et soutenir l'emploi local, le projet « Bon et Bien » nous unit à deux acteurs privés, les supermarchés Leclerc et Randstad et à deux associations, les Banques Alimentaires et le GAPPI (Groupement d'Agriculteurs Producteurs de Pommes de terre). Ce projet a pour objectif de récolter des fruits et des légumes ne correspondant pas aux critères de commercialisation auprès de cultivateurs régionaux et auprès des partenaires du projet. Ces légumes sont ensuite utilisés dans la préparation de soupes vendues dans les centres E. Leclerc de la région Nord-Pas-de-Calais. En ayant recours à des chômeurs de longue durée de la région, « Bon et Bien » a aussi pour vocation d'aider le personnel de l'atelier de production à se réinsérer dans la vie active. Il assure avec l'aide de Randstad leur formation et crée des opportunités d'emploi durable au niveau local. Cette opération combine une mission sociale à la réduction du gaspillage alimentaire et permet de valoriser les légumes et les fruits qui sont habituellement laissés de côté parce qu'ils ne répondent pas aux normes de commercialisation des distributeurs » - **McCain**



« C'est avec la volonté d'assister les restaurateurs dans la lutte anti-gaspillage que nous avons lancé, à l'occasion du SIRHA 2017, notre nouvelle gamme de pâtes de haute qualité, les Astucieuses, directement réhydratables à froid. Cette gamme sans cuisson permet de réduire la consommation d'énergie (eau, gaz) et le gaspillage de produit lors de l'égouttage. » - **Alpina Savoie**



« Nous nous impliquons dans la réduction du gaspillage alimentaire en proposant pour un même produit des grammages différents adaptés aux convives d'âge et d'appétit différents, conformément aux recommandations du GEMRCN. » - **Davigel**



5

Améliorer notre service et l'information que nous devons aux restaurateurs

5

Améliorer notre service et l'information que nous devons aux restaurateurs

Ouvrir les portes de nos usines.

Nous accueillons dans nos usines des consommateurs/convives, des clients, des élus, des administrations pour que nos process soient mieux compris.

Face à nos obligations sanitaires et de sécurité nous sommes dans l'obligation de maîtriser et de réguler cette ouverture, notamment avec les écoles.

Développer l'information destinée aux professionnels de la restauration.

- Par l'intermédiaire de nos **sites internet dédiés** (ou avec un accès spécifique RHD) aux **professionnels** de la restauration.
- **Mise à disposition de fiches techniques, informations en réponse au règlement européen INCO⁸** : liste d'ingrédients, allergènes, ...
- **Mise en place d'une fiche technique électronique harmonisée**
- Information de **l'éligibilité des produits** aux aides France AGRIMER, sur les recommandations GEMRCN et les valeurs nutritionnelles des produits.

Accompagner les utilisateurs de nos produits dans l'écoute et le service.

Afin d'être plus **encore à l'écoute et aux services des professionnels de la restauration**, nous accompagnons nos clients avec les **solutions suivantes** :

- Service consommateurs.
- N° d'appel clients.
- Service de diététicien(ne)s.
- Aide à la conception des menus ou des plans alimentaires.
- Aide technique (explications et solutions produits :

rendement produit, perte à la cuisson, conservation).

- Adaptation des portions.
- Lien producteurs, clients, convives pour la valorisation des matières premières agricoles.
- Mise à disposition de plans alimentaires, plans de menus.
- Conseils sur les DLC (Date Limite de Consommation), DDM (Date de Durabilité Minimale) (ex-DLUO).
- Assistance culinaire (conseillers culinaires).
- Développement des moyens digitaux, pour mise en ligne 24h/24 de toutes les informations / Recettes.

⁸ Règlement 1169/2011 du 25 oct. 2011 relatif à l'information du consommateur sur les denrées alimentaires.



Les entreprises témoignent

« Depuis 3 ans nous avons mis en place la démarche fiers de coopérer avec notre site fiersdecoopérer.fr, où il est possible de retrouver des interviews d'agriculteurs, leurs portraits mais aussi une carte de géolocalisation, afin de toujours apporter de la transparence envers nos clients distributeurs et utilisateurs. » - **D'aucy Foodservice**

« Afin d'améliorer le service et les informations dûes aux restaurateurs, nous avons mis en place un site internet Panzani Food Service totalement dédié aux chefs, avec à disposition différentes recettes de saison classées par ingrédient principal et des propositions de menus avec des orientations végétariennes ou non. Nous avons également créé des fiches techniques Panzani, disponibles sur le site internet, intégrant tous les temps de cuisson et rendement disponibles selon les process majeurs de la restauration. » - **Panzani Food Service**



« Avec nos équipes nous avons imaginé pour nos clients « ESPRI en CUISINE ». Inspiré des magazines culinaires, « ESPRI en CUISINE » est un parfait vecteur pour parler en direct et en toute simplicité à nos clients, parler de nos recettes bien entendu mais aussi donner des coups de projecteur sur les différents experts et sur les équipes qui travaillent chaque jour pour proposer une cuisine sincère. Nous proposons aux professionnels de la restauration de retrouver également des focus sur les matières premières utilisées, les tendances ou encore des conseils de remise en œuvre. » - **EsPRI Restauration**

« Nous mettons l'accent sur le développement de l'information destinée aux professionnels. C'est pourquoi, nous avons mis en place les commandes EDI et les factures dématérialisées. Cependant nous ne nous arrêtons pas là, maintenant nous portons notre travail sur le partage des données produits. Ceci permet notamment d'échanger avec les professionnels, distributeurs et professionnels de la restauration, les informations de la fiche produit RHD relatives au règlement INCO 1169/2011 comme par exemple la liste ingrédients, les informations allergènes, les données nutritionnelles, la taille de portion, les conditions de conservation ou les modes d'emploi. » - **Nestlé Professional**



« Attentifs à développer l'information destinée aux professionnels de la restauration, nous mettons à disposition sur notre site ufs.com toutes les informations sur nos produits. Nous avons également développé des outils afin d'aider les opérateurs à se mettre en conformité avec le règlement INCO, notamment les informations sur les allergènes.

Afin d'accompagner au mieux les utilisateurs de nos produits, nous leur proposons de nombreuses recettes. Nous leur fournissons toutes les informations nutritionnelles pour les aider dans l'élaboration de repas équilibrés, en intégrant les recommandations du GEMRCN. Nous avons également mis à leur disposition un numéro de téléphone pour que les opérateurs puissent nous appeler pour avoir des informations plus précises sur nos produits. » - **Unilever**

« Nous proposons sur une grande majorité de nos marques, une étiquette de traçabilité, facilement détachable et regroupant toutes les informations à conserver : marque, dénomination de vente, marque d'identification, DDM (ex- DLUO) et numéro de lot. » **Bel Foodservice**

« Afin de proposer un service au plus proche des restaurateurs, nous participons à de nombreux salons tels que le Sirha, le salon Restau'Co ou le salon Alpin. Nous mettons régulièrement à jour nos fiches techniques à destination de nos utilisateurs pour leur donner accès aux informations dont ils ont besoin comme la composition, la provenance ou encore la traçabilité. Nous organisons des journées de co-working avec eux et proposons des visites de nos usines. » - **Alpina Savoie**

« Chez Davigel, nous travaillons à améliorer le service et l'information dûs aux restaurateurs en proposant régulièrement des visites de nos ateliers de production. En 2016, plus de 53 visites ont été effectuées dans l'atelier de production d'Offranville.

Nous proposons, toute l'année, des formations pour les professionnels sur des domaines très variés comme les techniques culinaires, la créativité, les tendances, la sécurité alimentaire, etc., dans notre centre de Conseil Formation Expertise Culinaire (CFEC) à Dieppe. Et nous organisons, avec nos partenaires, des conférences de sensibilisation au développement durable et à l'alimentation durable auprès des professionnels de la restauration. » - **Davigel**

« Fleury Michon #Venezvérifier : Fleury Michon a mis en place, en partenariat avec ses marins-pêcheurs, une filière de pêche responsable pour son surimi sur la base d'une charte reposant sur le choix d'espèces sauvages non menacées.

En 2014, Fleury Michon a lancé une opération #VENEZVERIFIER, du lieu de pêche en Alaska jusqu'à la conception des bâtonnets sur le site de fabrication en Vendée. Cette opération s'est appuyée sur la publication de vidéos preuves, de visites de consommateurs, blogueurs et journalistes. En 2015, Fleury Michon a lancé une certification de la filière par un organisme vérificateur indépendant. » - **Fleury Michon**



NOS ENTREPRISES QUI ONT TÉMOIGNÉ





Contact

GECO Food Service

187, rue du Temple • 75003 PARIS

Tél. : 01 53 01 93 10



geco@gecofoodservice.com

+ d'infos



www.gecofoodservice.com



www.linkedin.com/company/geco-food-service