

CONVENTION D'ENGAGEMENT VOLONTAIRE EN FAVEUR DE LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE PAR LES DISTRIBUTEURS DU SECTEUR ALIMENTAIRE

ENTRE

LA MINISTRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ÉNERGIE,

Et

LES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION A DOMINANTE ALIMENTAIRE SIGNATAIRES DU PRESENT ACCORD,

Considérant

- Que les dispositions de l'article 103 de la loi relative à la transition énergétique, adoptées à l'unanimité par l'Assemblée nationale et le Sénat, ont été écartées par le Conseil constitutionnel pour des motifs de procédure ;
- Qu'il est proposé de substituer à ces dispositions et aux sanctions dont elles étaient assorties un engagement volontaire des enseignes de la grande distribution alimentaire, qui constituent un acteur incontournable de la lutte contre le gaspillage alimentaire et qui ont déjà mis en œuvre un ensemble de bonnes pratiques à généraliser (dons des invendus, rayons « anti-gaspi », sensibilisation des personnels des magasins et information des consommateurs) ;
- Que, comme l'a démontré le rapport remis par Guillaume Garot au Gouvernement le 14 avril 2015, la lutte contre le gaspillage alimentaire présente des enjeux majeurs en termes économiques, de préservation et de gestion des ressources et de lutte contre le changement climatique, et que les pouvoirs publics ont d'ores et déjà entrepris d'importantes actions de nature à amplifier cette lutte, à travers le plan national de prévention des déchets, le pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, les appels à projets « zéro gaspillage, zéro déchets » et les campagnes annuelles de communication du ministère de l'écologie et de ses établissements publics.

La Ministre de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie et les enseignes de la grande distribution alimentaire conviennent de renforcer ensemble les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire décrites dans le présent document.

A. ENGAGEMENTS DES SIGNATAIRES

I. – Engagement des enseignes de la grande distribution alimentaire à appliquer les mesures initialement prévues par la loi de transition énergétique

Les enseignes de la grande distribution alimentaire et la Ministre de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie ont souhaité définir ensemble un cadre volontaire visant à renforcer la lutte contre le gaspillage alimentaire. A cette fin, les enseignes de la grande distribution alimentaire s'engagent à mettre en œuvre les dispositions initialement prévues par l'article 103 de la loi relative à la transition énergétique, adoptées à l'unanimité par l'Assemblée nationale et le Sénat et dont les points qui suivent reprennent la rédaction.

1. Mise en place d'actions de prévention du gaspillage alimentaire

La lutte contre le gaspillage alimentaire implique de responsabiliser et de mobiliser les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les consommateurs et associations. Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire sont mises en œuvre dans l'ordre de priorité suivant :

- a. La prévention du gaspillage alimentaire ;
- b. l'utilisation des invendus propres à la consommation humaine, à travers le don ou la transformation.

La lutte contre le gaspillage alimentaire passe notamment par la sensibilisation et la formation de tous les acteurs, la mobilisation des acteurs au niveau local et une communication régulière auprès des citoyens, en particulier dans le cadre des programmes locaux de prévention des déchets.

2. Interdiction de détruire les invendus alimentaires consommables

Les distributeurs du secteur alimentaire assurent la commercialisation de leurs denrées alimentaires ou leur valorisation conformément à la hiérarchie établie au 1. Sans préjudice des règles relatives à la sécurité sanitaire des aliments, ils ne peuvent délibérément rendre leurs invendus alimentaires encore consommables impropres à la consommation ou à tout autre forme de valorisation prévue au même article.

3. Le don par des fabricants de produits de marque distributeur ne peut être interdit

Aucune stipulation contractuelle ne peut faire obstacle au don de denrées alimentaires vendues sous marque de distributeur par un opérateur du secteur alimentaire à une association caritative habilitée, et prévu par une convention conclue par eux.

4. Généralisation à toutes les enseignes de plus de 400 m² de la mise en place de conventions de don

Le don de denrées alimentaires par un commerce de détail alimentaire dont la surface de vente est supérieure à 400 m² à une association caritative habilitée fait l'objet d'une convention qui en précise les modalités. Une convention cadre sera établie en partenariat avec les associations habilitées. Les conventions conclues avant la signature de la présente sont réputées satisfaire au présent engagement.

5. Application immédiate des dispositions de la loi de transition énergétique relatives aux dates limites d'utilisation optimale

Les enseignes de la grande distribution alimentaire s'engagent à appliquer pleinement et sans délai les dispositions de la loi de transition énergétique supprimant l'affichage des dates limites d'utilisation optimale et à en informer les consommateurs.

Elles s'engagent en outre à mener une action auprès de leurs fournisseurs sous marque propre afin que les dates limites de consommation ne soient pas sous-estimées, dans le respect des droits et du pouvoir d'achat des consommateurs.

II. – Accompagnement par le ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

1. La Ministre de l'Écologie, du Développement durable et de l'Energie prend acte du fait que, dès lors que les engagements mentionnés par la présente convention sont pleinement respectés, les sanctions initialement prévues par la loi deviennent sans objet.
2. La Ministre de l'Écologie, du Développement durable et de l'Energie s'engage à :
 - appliquer pleinement et sans délai les dispositions de la loi de transition énergétique prévoyant la mise en place de plans de lutte contre le gaspillage alimentaire dans les services de restauration des collectivités publiques ;
 - mobiliser l'ensemble des acteurs dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et notamment mettre en place des actions d'éducation à cette lutte ;
 - engager une campagne nationale de mobilisation de tous les acteurs contre le gaspillage alimentaire ;
 - valoriser les initiatives prises en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire, notamment dans le cadre de l'appel à projet du ministère « territoires zéro gaspillage – zéro déchet » ;
 - mettre à disposition, dans les territoires, la liste régulièrement mise à jour des associations caritatives habilitées ;
 - favoriser l'accès aux financements existants pour le soutien des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire ;
 - prendre les mesures nécessaires pour clarifier le régime de responsabilité régissant le don par les fabricants de produits sous marque distributeur ;
 - mettre en place un groupe de travail avec les acteurs concernés (fabricants, distributeurs, ministère de l'agriculture...) sur les améliorations à apporter à la réglementation applicable aux durées limite de consommation ;
 - promouvoir le présent accord auprès des pouvoirs publics, notamment les administrations des autres ministères.

B. SUIVI DE LA MISE EN ŒUVRE DES ENGAGEMENTS

L'ensemble des signataires de la convention s'engagent à mettre en place des indicateurs de suivi, conjointement définis, et à les suivre afin de mesurer l'avancement des engagements pris.

Les parties conviennent d'organiser un premier bilan d'étape sous trois mois.

Fait à Paris en 12 exemplaires, le 27 août 2015

La ministre de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie,
Ségolène ROYAL

Pour **Système U**,
M. Serge PAPIN, Président-Directeur général

Pour **Intermarché**,
M. Jean-Marc L'HUILLIER

Pour **le Groupe Casino**,
(Casino, Monoprix, Franprix et Leader Price)
M. Matthieu RICHÉ, Directeur de la responsabilité Sociale d'Entreprise du Groupe Casino

Pour **Leclerc**,
M. Stéphan ARINO

Pour **Carrefour**,
M. Noël PRIOUX, Directeur exécutif de Carrefour France

Pour **Aldi**,
M. François-Xavier HEYRAUD, Directeur adjoint Achats centraux

Pour **Auchan France et Simply Market**,
M. Franck GERETZHUBER, Secrétaire général d'Auchan France

Pour **Cora**,
M. Olivier DELESCLUSE, Directeur de Cora Wattignies

Pour **LIDL**,
M. Michel BIERO, Gérant Achats

Pour **Picard Surgelés**,
M. Stéphane BLANC, Directeur des Achats

En présence du directeur général de l'alimentation
Patrick DEHAUMONT

ANNEXE

ELEMENTS DE CONTEXTE

1. Objectifs législatifs

La loi française, en cohérence avec la réglementation européenne¹, prévoit notamment que la priorité doit être donnée à la prévention de la production de déchets.

En second lieu, dans le cas où le déchet n'a pu être évité, la hiérarchie des modes de gestion des déchets prévoit que ceux-ci doivent être en priorité réutilisés, recyclés ou valorisés, réservant l'élimination aux cas dans lesquels de tels procédés n'ont pas pu être mis en œuvre.

La lutte contre le gaspillage alimentaire s'inscrit pleinement dans cette dynamique. Elle implique de responsabiliser et de mobiliser tous les acteurs (producteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs et associations) pour mettre en œuvre, par ordre de priorité :

- la prévention du gaspillage alimentaire ;
- l'utilisation des invendus propres à la consommation humaine, à travers le don ou la transformation ;
- la valorisation destinée à l'alimentation animale ;
- l'utilisation à des fins de compost pour l'agriculture ou la valorisation énergétique, notamment par méthanisation.

2. Contexte technico-économique

2-1. Le gaspillage alimentaire : état des lieux

L'Organisation des Nations-Unies pour l'alimentation et l'agriculture, la FAO, estime qu'un tiers de la part comestible des aliments destinés à la consommation humaine est perdue ou gaspillée dans le monde. Cela représente 1,3 milliard de tonnes par an, ce qui équivaut à plus de 160 kg par an et par habitant.

Ce gaspillage a un coût : économique (la FAO estime que le coût direct mondial des 1,3 milliard de tonnes de nourriture perdues ou gaspillées s'élève à 1000 milliards de dollars ; en France, on estime ce coût à 12 à 20 milliards d'euros pour l'ensemble du pays), environnemental (d'après la FAO, les 3,3 Gt de CO₂eq générés par le gaspillage alimentaire, si elles étaient considérées comme les émissions d'un pays, en feraient le troisième plus gros émetteur mondial de gaz à effet de serre, après la Chine et les États-Unis) et sociétal (six millions de personnes seraient en situation d'insécurité alimentaire en France)².

2-2. La grande distribution alimentaire : un acteur incontournable de la lutte contre le gaspillage alimentaire

¹ Telle que la Directive 2008/98/CE du Parlement européen et du Conseil du 19 novembre 2008.

² Rapport de Guillaume Garot, « lutte contre le gaspillage alimentaire : proposition pour une politique publique » - avril 2015.
Convention d'engagement volontaire en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire par les distributeurs du secteur alimentaire

Chaque acteur de la chaîne alimentaire a, à son niveau, une part de responsabilité dans ce gaspillage. La grande distribution alimentaire, responsable à hauteur de 6 à 14%, occupe une place centrale dans le dispositif : elle peut agir de manière incitative tant auprès de ses clients (36 à 40%) que de ses fournisseurs (industries agroalimentaires pour 6 à 11% et producteurs agricoles pour 8 à 34 %).

La grande distribution a déjà obtenu des résultats en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire. Afin de poursuivre les efforts déjà engagés, les enseignes de la distribution se sont fortement impliquées dans le cadre du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.

3. Les actions de la distribution alimentaire en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire

La distribution alimentaire est déjà engagée, depuis plusieurs années, dans des actions concrètes et durables de lutte contre le gaspillage :

- don des invendus à des associations ; Les enseignes de la grande distribution alimentaire sont ainsi le premier donateur privé aux associations d'aide alimentaire : leurs dons représentent, chaque année, l'équivalent de 120 millions de repas.
- mise en place de rayons « anti-gaspi » pour les produits proches de la date limite de consommation (DLC, pour les produits frais) ou de la date de durabilité minimale (DDM) : les vendre à moindre prix, fabriquer des salades, jus de fruits et soupes avec des fruits ou légumes disgracieux ou déclassés, réaliser des « opérations confitures », etc. ;
- mise en œuvre d'actions de sensibilisation du personnel et motivation des responsables de magasins afin d'organiser les rayons, suivre les dates de consommation en rayons dans une optique de dons ou de valorisation en interne, trier dès le retrait du rayon les produits et les conserver correctement, travailler avec des associations qui transforment les produits non vendus et encore consommables ;
- information des consommateurs grâce aux vendeurs, aux sites internet, à la publication de guides, etc.

La mutualisation, la pérennisation et la généralisation de ces bonnes pratiques doivent désormais être engagées.