

## **Déroulement de l'épreuve**

Cette seconde partie d'épreuve du concours est orale et se déroule en deux temps :

### **1er temps : Préparation individuelle de 4 heures, en loge**

Le candidat dispose :

- du sujet de l'épreuve ;
- d'un poste de travail bureautique équipé du pack Microsoft Office et d'Open Office relié à une imprimante ;
- d'un casque réalité virtuelle pour une immersion dans l'hypermarché Auchan Fontenay-sous-Bois (94) ;
- d'une clé USB contenant un dossier documentaire.

### **2ème temps : Prestation orale de 30 minutes, en deux étapes dans une salle d'entretien**

- Étape 1 : Entretien individuel avec Monsieur Lonjon, directeur du magasin Auchan Fontenay-sous-Bois (94) - (durée 20 minutes)

La salle dans laquelle se déroule cette première étape comporte deux zones distinctes :

- 1ère zone : espace de réunion équipé d'un poste bureautique, d'un vidéo projecteur et d'un tableau équipé de papier ;
  - 2nde zone : espace magasin équipé.
- Étape 2 : Entretien de 10 minutes avec les membres du jury

**Le candidat procède à l'auto-analyse de sa prestation puis répond à des questions relatives à celle-ci et à sa culture commerciale.**

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode est autorisé.

Les valeurs en euros sont exprimées à l'entier supérieur et les pourcentages à deux décimales. Ce sujet s'inspire d'un contexte professionnel réel et récent.

Certaines données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

Auchan Retail est une enseigne de la grande distribution fondée par Gérard Mulliez en 1961. Auchan Retail France compte actuellement 687 magasins sous enseigne et propose tous les formats du commerce alimentaire physiques (hypermarchés, proximité et ultra-proximité) et digitaux à partir du site auchan.fr.

Commerçant engagé, Auchan Retail évolue dans un monde qui change, et qui se lance aujourd'hui à la rencontre des consommateurs devenus omni canaux, attentifs à leurs achats et à leur santé, avec l'ambition de répondre aux transitions écologiques et économiques. Il conjugue les atouts du digital avec ceux du magasin pour proposer une expérience d'achat personnalisée aux clients avec l'envie de leur changer la vie.

Dans un contexte d'inflation à deux chiffres, le pouvoir d'achat des ménages est aujourd'hui fortement impacté. Parmi les solutions apportées par Auchan retail, il y a la lutte contre le gaspillage alimentaire. Si celle-ci est aujourd'hui une obligation, il faut aussi considérer que c'est une nécessité pour atteindre des objectifs nationaux et européens aux niveaux économique, écologique et social. Afin de lutter contre le gaspillage alimentaire dans ses magasins, Auchan retail préconise de regrouper les différents produits à date limite de consommation courte dans un seul espace « anti-gaspi » visible et attractif.

Vous êtes embauché(e) depuis septembre 2022 en tant qu'adjoint(e) secteur alimentaire de l'hypermarché Auchan de Fontenay-sous-Bois (94).

Actuellement, les produits du magasin à DLC et DDM courtes, voire dépassées pour les DDM, sont stickés « Anti-gaspi » avec un taux de remise spécifiques. Ils sont implantés dans leurs rayons respectifs avec une signalétique « Anti-gaspi » de type stop rayon. Afin de suivre les préconisations, le directeur de l'hypermarché Auchan Fontenay-sous-Bois, Philippe Lonjon, vous demande de réaliser une veille informationnelle sur la lutte contre le gaspillage alimentaire et de mettre en place l'espace « Anti-gaspi » pour tous les produits concernés sauf ceux de la boucherie et de la poissonnerie. Il vous demande ensuite de prévoir une animation commerciale permettant de valoriser les produits de cet espace.

### **Mission 1 - Réaliser une veille informationnelle afin de mettre en place l'espace « Anti-gaspi »**

 **Ressources 1 à 21**

Lien vers la vidéo 360° :

<https://app.frame.io/reviews/d6bf41eb-db42-4578-b98e-277e59224eb8/05d2277f-cbdc-4f71-8da3-4b2290947ed7>

#### **Étape 1 : S'informer sur la lutte anti-gaspillage alimentaire**

- 1) Présenter les enjeux de la lutte contre le gaspillage alimentaire.
- 2) Indiquer les solutions proposées par Auchan retail.

#### **Étape 2 : Planter l'espace « Anti-gaspi »**

5,50 mètres linéaires maximum ont été attribués à l'implantation du nouvel espace « Anti-gaspi » pour regrouper l'ensemble des produits anti-gaspi (environ 30% de produits secs et 70% de produits frais).

- 1) Localiser le lieu d'implantation de l'espace « Anti-gaspi » dans le magasin.
- 2) Sélectionner le mobilier de vente.

Vous élaborerez un support numérique de présentation pour cette première mission. Vous enregistrez ce fichier sur la clé USB sous le nom de **AuchanFontenay**.

## **Mission 2 - Organiser une animation dans l'espace « Anti-gaspi »**

 **Ressources 22 à 25**

**Étape 1 : Sélectionner les produits pour l'animation à partir du cahier des charges.**

**Étape 2 : Préparer une animation qui respecte le cahier des charges.**

Afin d'offrir une expérience d'achat positive aux clients, vous proposerez et justifierez :

- L'animation la plus adaptée
- Un slogan pour l'animation
- Des moyens de communication digitaux et non digitaux
- Des indicateurs de performance pour évaluer l'animation

Vous élaborerez un support numérique de présentation pour cette deuxième mission à la suite du diaporama réalisé pour la première mission

Vous enregistrez ce fichier sur la clé USB sous le même nom : **AuchanFontenay**

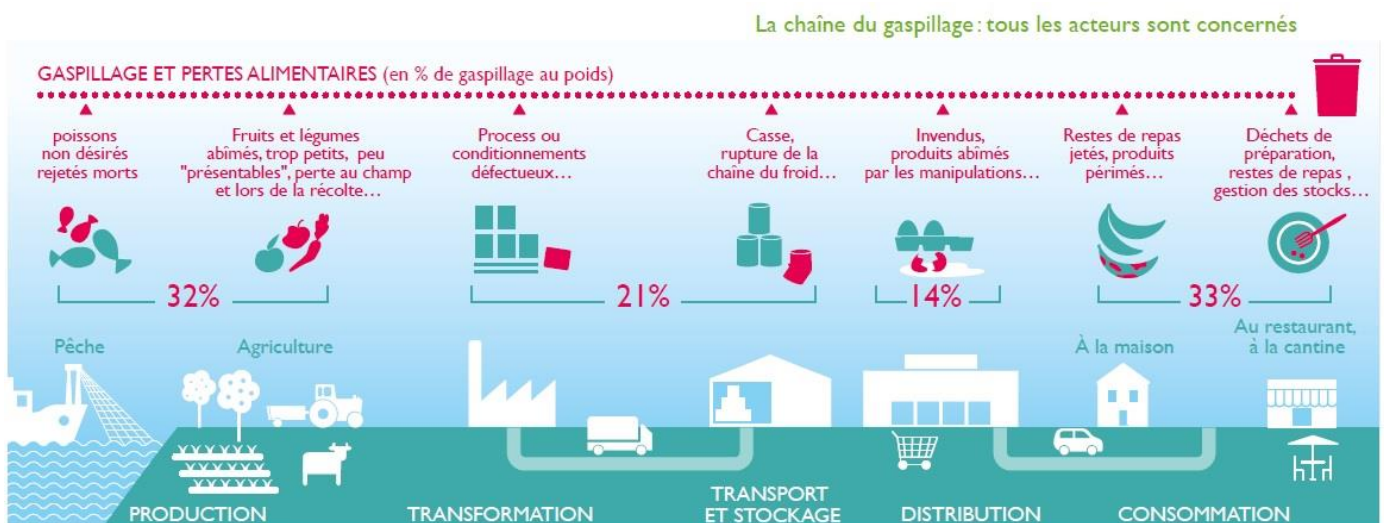
## Ressource 1 : Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire

C'est un choix contre l'égoïsme, contre l'individualisme, pour une société plus solidaire et plus responsable. Car il y a quelque chose de scandaleux, de profondément injuste dans le fait de jeter de la nourriture quand tant de Français dépendent de l'aide alimentaire pour vivre ou que des millions d'hommes, de femmes et d'enfants ne mangent pas à leur faim. Lutter contre le gaspillage, ça n'est pas moins manger, c'est mieux consommer et mieux manger. C'est aussi redonner à l'alimentation et au travail de ceux qui la produisent leur juste valeur. Le sujet fait aujourd'hui consensus dans la société française, et nos concitoyens sont particulièrement sensibles à cette thématique sur laquelle ils souhaitent pouvoir agir. Pour y parvenir, l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire a réfléchi à la rédaction d'un Pacte national contre le gaspillage alimentaire. Un Pacte qui pose un certain nombre de mesures et d'engagements de la part de chacun, pour permettre un véritable progrès collectif. Un Pacte qui ne stigmatise aucun des acteurs engagés dans cette mobilisation contre le gaspillage, mais au contraire valorise l'implication de chacun.

Le Pacte se fonde également sur une définition commune du gaspillage alimentaire : toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à une étape de la chaîne alimentaire, est perdue, jetée, dégradée, constitue le gaspillage alimentaire. Il accompagne la politique publique de l'alimentation et le Programme national pour l'alimentation. Il reçoit le soutien de l'organisation des nations unies pour l'agriculture et l'alimentation et du Programme des nations unies pour l'environnement.

Source : <https://agriculture.gouv.fr>

## Ressource 2 : La chaîne du gaspillage



- La production : En pêche ou en agriculture, 32 % de la nourriture produite (en % de gaspillage au poids) est perdue : poissons non désirés rejetés morts, fruits et légumes abîmés, trop petits, peu « présentables », perte au champ et lors de la récolte...

- La transformation, le transport et le stockage : En raison de process ou de conditionnements défectueux, de casse ou de rupture de la chaîne du froid, les pertes alimentaires s'élèvent à 21 %.
- La distribution : 14 % du poids total des produits mis en magasins est gaspillé : invendus, produits abîmés par les manipulations...
- La consommation Une fois entre les mains du consommateur (chez soi, au restaurant ou à la cantine), la quantité d'aliments gaspillés s'élève à 33 % : restes de repas jetés, produits périmés, déchets de préparation, gestion des stocks...

Quelques chiffres inimaginables :

- 300 000 tonnes de nourriture gaspillée par la grande distribution
- 432 000 tonnes de nourriture gaspillée par la restauration (collective et commerciale)
- 1 896 000 tonnes de nourriture gaspillée par an dans notre assiette à la maison

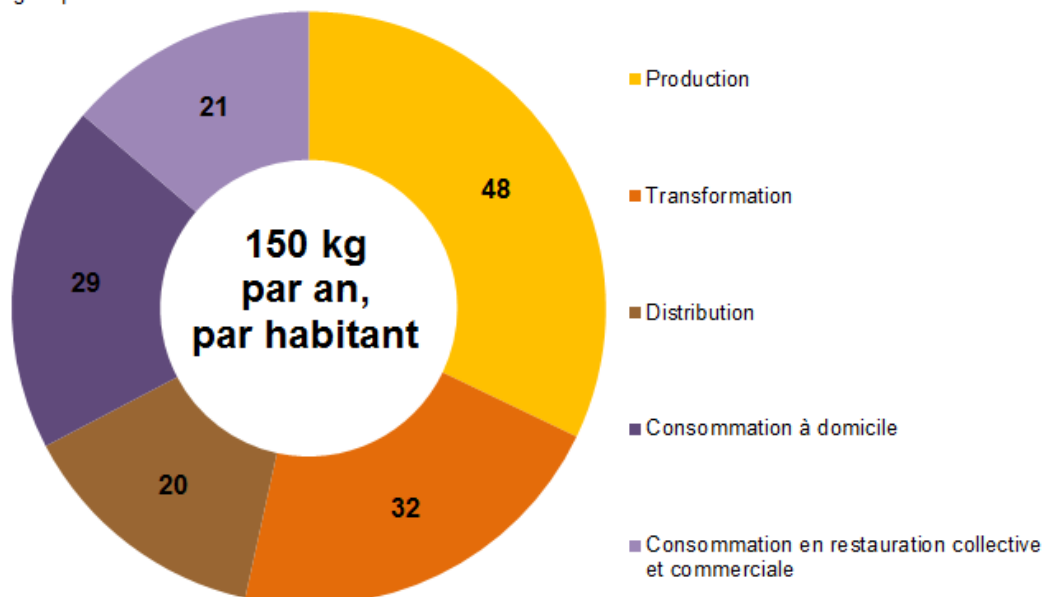
Aujourd'hui, les déchets alimentaires représentent 10 % de la poubelle des ménages soit environ 30 kg de nourriture gâchée par personne et par an, dont 7 kg encore emballés. C'est énorme ! Rien qu'en France, le gaspillage alimentaire représente plus de 10 millions de tonnes de nourriture qui terminent à la poubelle !

Les pertes alimentaires sont aussi importantes dans les pays riches que dans les pays pauvres. Même si dans les pays les plus pauvres, les pertes se concentrent davantage avant la consommation à proprement parler à cause des mauvaises conditions de production, de transport et de stockage.

Source : <https://www.mtaterre.fr/dossiers/le-gaspillage-alimentaire-ca-suffit-le-gachis>

### Ressource 3 : Données statistiques développement durable

En kg/an par habitant



Source : <https://notre-environnement.gouv.fr/>



## Ressource 4 : La loi AGECE

Adoptée le 11 février 2020, la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) a pour principal objectif de réduire les déchets. Pour ce faire, elle s'articule autour de cinq axes. Depuis 2020, de nouvelles mesures sont entrées en vigueur.

**LES 5 AXES DE LA LOI ANTI-GASPILLAGE ÉCONOMIE CIRCULAIRE**

- 1. METTRE FIN AU PLASTIQUE À USAGE UNIQUE D'ICI 2040**
- 2. MIEUX INFORMER LES CONSOMMATEURS**
- 3. LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET FAVORISER LE RÉEMPLOI**
- 4. LUTTER CONTRE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE**
- 5. MIEUX PRODUIRE**

care news

## LOI AGECE, QU'EST-CE QUI CHANGE EN 2022 ?

SORTIR DU PLASTIQUE	MIEUX INFORMER LES CONSOMMATEURS	LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ET FAVORISER LE RÉEMPLOI
<p>Le sur-emballage des fruits et légumes est interdit</p> <p>Les bars et restaurants ont l'obligation de fournir gratuitement de l'eau potable</p> <p>Les fontaines à eau sont obligatoires dans les lieux recevant du public</p> <p>L'État supprime tous les produits en plastique à usage unique de ses commandes publiques</p>	<p>Les opérateurs mobiles devront communiquer à leurs consommateurs l'impact carbone de leurs consommations</p> <p>Un logo de tri unique est mis en place et les modalités précisées</p> <p>Les informations sur les produits contenant des perturbateurs endocriniens seront mises à disposition du grand public</p>	<p>Destruction des invendus non-alimentaires interdite</p> <p>Service de réparation et de collecte des produits usagés obligatoires pour les entreprises des secteurs du jouet, du sport et du bricolage</p> <p>Le gaspillage alimentaire doit être réduit de moitié d'ici 2025 pour les supermarchés et la restauration collective et d'ici 2030 pour les restaurants</p>

**LOI AGECE : QUELS CHANGEMENTS EN 2023 ?**

<p><b>FIN DE L'IMPRESSION AUTOMATIQUE DU TICKET DE CAISSE</b></p>	<p><b>INTERDICTION DE LA VAISSELLE JETABLE DANS LES FAST-FOODS</b></p>	<p><b>2 NOUVELLES FILIÈRES CONCERNÉES PAR LE PRINCIPE "POLLUEUR-PAYEUR"</b></p> <p><i>les déchets de chantier du bâtiment et les pneus</i></p>	<p><b>CRÉATION D'UN FONDS DE RÉPARATION POUR LA FILIÈRE TEXTILE</b></p>
---	--	--	---

## **Ressource 5 : Gaspillage alimentaire, un enjeu aux multiples facettes**

Un tiers de la production comestible est perdue sur la planète. Le dossier gaspillage alimentaire s'inscrit donc dans la lutte contre la faim dans le monde et dans la recherche d'une meilleure efficacité pour l'agriculture. Sans oublier la préservation des ressources naturelles et la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Un Français jette 20 à 30 kg d'aliments par an. Dans le monde, un tiers de la part comestible des aliments pour la consommation humaine est perdue ou gaspillée selon l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), soit 1,3 milliard de tonnes par an. Quand 800 millions de personnes souffrent de la faim. La lutte contre le gaspillage alimentaire est devenue un enjeu de société. Elle concerne tous les continents, des pays les plus industrialisés jusqu'aux zones du globe les plus reculées.

Les pertes se situent à différents niveaux : culture, stockage, transformation, transport, distribution et consommation. Dans les pays en voie de développement, l'amont de la filière est responsable d'une grande partie du gaspillage. En effet, il manque à la fois des infrastructures pour conserver les aliments et des systèmes logistiques pour amener les produits jusqu'aux consommateurs. À l'inverse, dans les pays industrialisés, le gaspillage relève davantage de la responsabilité du consommateur. En France, les deux-tiers sont à attribuer aux foyers.

### **Gaz à effet de serre et consommation d'eau**

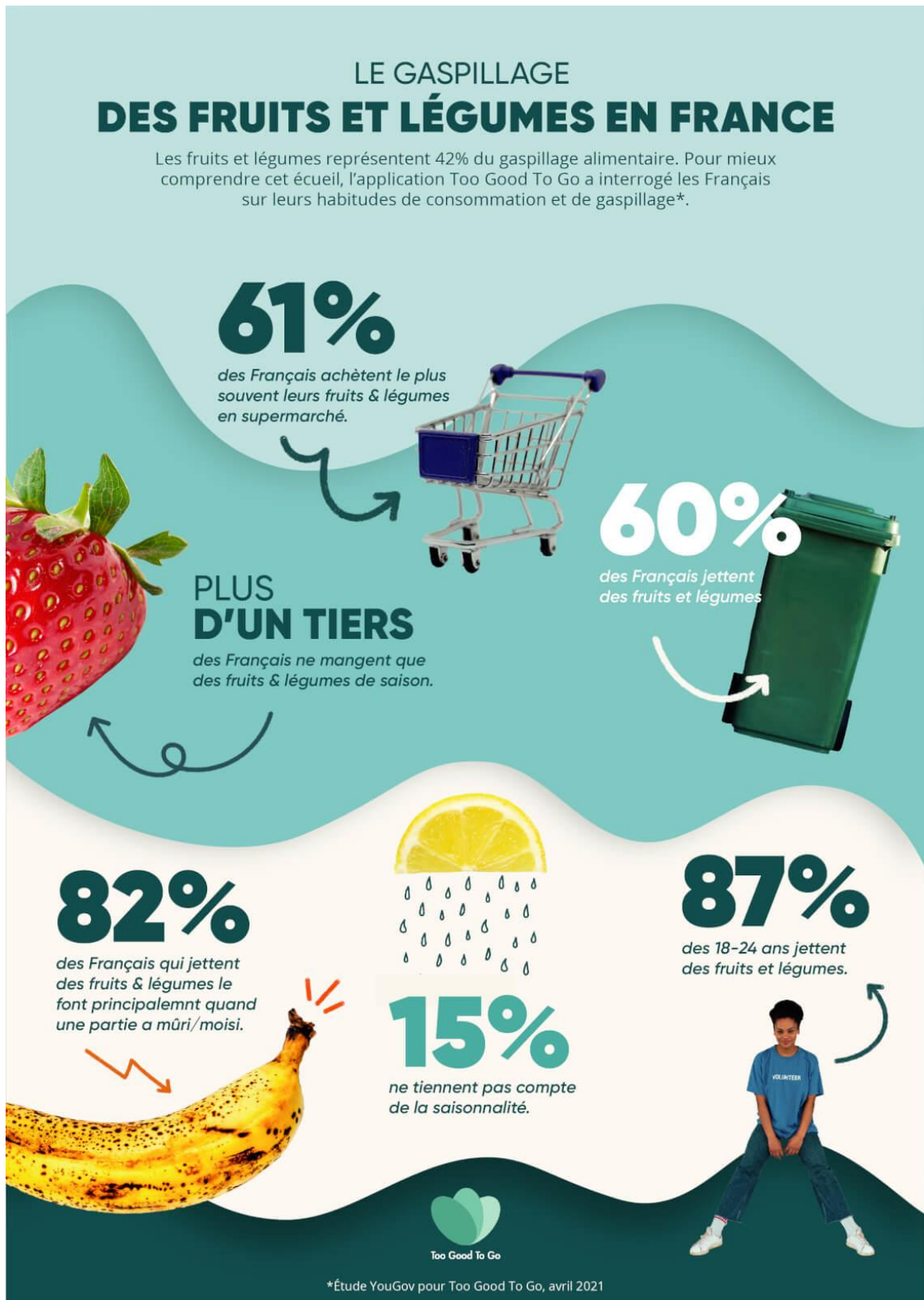
Mais le gaspillage alimentaire est un sujet plus vaste, aux dimensions multiples. Rendre aux denrées perdues leur vocation nourricière, c'est augmenter l'efficacité de l'agriculture, avec ce que cela comporte d'enjeu pour l'environnement.

Par exemple, produire des aliments génère des gaz à effet de serre, qu'ils soient mangés ou gâchés. La lutte contre les déperditions dans les filières alimentaires est ainsi directement liée à la lutte contre le changement climatique. Et le raisonnement s'applique pour la qualité de l'eau, de l'air, la préservation de la biodiversité...

Si le gaspillage alimentaire était un pays, les quantités d'émissions de gaz à effet de serre émises par celui-ci le positionnerait en troisième position des États les plus émetteurs, juste derrière les États-Unis et de la Chine. Quant aux pertes en eau, elles représentent l'équivalent de trois fois le lac de Genève. Des chiffres éloquentes.

Source : <https://campagnesenvironnement.fr/>

## Ressource 6 : Le gaspillage des fruits et légumes en France



Source : Le gaspillage des fruits et légumes en France (toogoodto.go.fr)



## **Ressource 7 : Gaspillage alimentaire en France : chiffres, causes et conséquences**

Dans le monde, plus de 40 tonnes d'aliments sont gaspillées chaque seconde. Notre chaîne de production alimentaire est, à l'échelle planétaire, une véritable machine à gaspillage. Près d'un tiers des terres cultivées sont utilisées chaque année pour produire des aliments qui ne trouveront pas le chemin de nos estomacs.

Selon une rapide estimation, plus de 300 tonnes d'aliments ont été jetés depuis que vous avez commencé la lecture de cet article.

Face à ces chiffres du gaspillage alimentaire, qui sont mirobolants, nous nous posons alors tous naturellement une question : comment est-ce possible ?

Quel est le coût du gaspillage alimentaire en France ?

Jeter des denrées alimentaires a des conséquences. Le gaspillage alimentaire est un triple non-sens : social, économique et écologique. Nous utilisons des ressources de production pour créer des déchets alors même que 1 personne sur 9 est en sous-alimentation chronique dans le monde. Cette aberration a donc logiquement un coût plus que conséquent.

Le coût économique du gaspillage alimentaire en France

Les 10 millions de tonnes jetées chaque année en France sont à l'origine d'une perte estimée à 16 milliards d'euros. Cela représente 238 € pour chaque français, chaque année.

Et ce ne sont là que les coûts directs liés à ces denrées jetées. L'ensemble des coûts annexes (transport, électricité, ...) de la chaîne alimentaire ne sont pas utilisés à leur pleine productivité. Les coûts de gestion des déchets et les coûts des actions contre la malnutrition sont plus élevés, du fait de ce gâchis.

Le gaspillage alimentaire est un cercle vicieux d'un point de vue économique.

### **Le coût environnemental du gaspillage alimentaire en France**

L'économie n'est pas la seule à pâtir du gaspillage alimentaire. L'ensemble des dispositifs de production alimentaire ont un impact écologique qui est loin d'être négligeable. Le gaspillage alimentaire alimente ainsi une empreinte écologique conséquente, pour rien. En matière d'émissions carbone, le gaspillage alimentaire se classerait 3ème plus gros pollueur au monde s'il était considéré comme un pays.

En France, le gaspillage alimentaire représente une production de 15,3 millions de tonnes de CO2. C'est 5 fois plus que les émissions de notre trafic aérien intérieur et un tiers du CO2 émis par l'ensemble des voitures françaises.

Quelles mesures ont été prises pour lutter contre le gaspillage alimentaire en France ?

À la vue des chiffres, nous comprenons qu'une approche systémique est requise. C'est en ce sens que plusieurs lois ont été votées et mises en place.

Le plan d'action national a pris forme en 2013 avec le pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire. En 2016 et en 2018, des lois relatives à la lutte contre le gaspillage entrent en vigueur pour favoriser le don alimentaire des invendus consommables aux associations notamment.

La dernière loi qui découle de ces efforts initiés en 2013 date de février 2020 et vient renforcer encore les mesures en faveur de la réduction du gaspillage alimentaire via notamment le réemploi et le recyclage des bouteilles en plastique ou un système de bonus-malus pour encourager les produits éco-conçus.

## Ressource 8 : Gaspillage alimentaire : définition, enjeux et chiffres



Source : <https://fne.asso.fr>

## Ressource 9 : Les rayons « Anti-Gaspi »

# Auchan Retail installe des rayons Anti Gaspi dans ses magasins en France : preuve supplémentaire de son combat contre le gaspillage alimentaire

Chaque année en Europe, ce sont près de 88 millions de tonnes d'aliments qui sont gaspillés, soit 20 % de l'ensemble de la production alimentaire du continent<sup>1</sup>. En France, le gaspillage alimentaire atteint 10 millions de tonnes, tous secteurs confondus (particuliers, restauration et distribution). Sur ces 10 millions de tonnes, plus 1,2 tonne concerne la nourriture encore consommable, ce qui représente 20 kg par Français et par an<sup>2</sup>.

Auchan Retail a fait de la lutte contre le gaspillage alimentaire l'une des priorités RSE de son projet d'entreprise Auchan 2022.

### Auchan Retail concrétise son engagement Pacte Date de Consommation



Preuve de son engagement concret dans le Pacte Date de Consommation signé en 2020, Auchan Retail installe des rayons Anti Gaspi dans ses magasins, des espaces dédiés à la vente de produits susceptibles d'être jetés mais encore parfaitement consommables.

Ces espaces proposent des produits au conditionnement abîmé mais parfaitement conservés, à des prix très avantageux. Sont aussi proposés dans ces rayons, selon les jours, des produits frais en DLC<sup>3</sup> du jour, du pain et des viennoiseries de la veille, des fruits et légumes qui de par leur taille, forme ou apparence sont habituellement jetés, des produits alimentaires secs à DDM<sup>4</sup> proche ou dépassée... qui respectent l'ensemble des exigences réglementaires de qualité des produits.



1 Source : Parlement Européen

2 Source ADEME

3 Date Limite de Consommation

4 Date de Durabilité Minimale

Un "Espace Anti Gaspi" implanté et balisé dans un magasin représente 20 % de démarque en moins : une solution à la fois économique et écologique qui rencontre l'adhésion de consommateurs à budget contraint et soucieux de consommer plus responsable.

53 % des français ne savent pas faire de différence entre DLC et DDM



Source interne Auchan Retail

### Ressource 10 : Le magasin est le premier du groupe Auchan à tester les fruits abimés des Gueules Cassées

Véronique Laurent, responsable commerce des métiers artisans à Auchan Vélizy, s'en étonne encore. Les clients abondent devant cette petite tête de gondole affublée d'une pomme édentée. Ce n'est pas ce logo amusant des Gueules Cassées, le collectif qui aide les producteurs à valoriser leurs produits hors calibre, qui attire les chalands, mais bien le prix. « Pour ces fruits, nous avons un décrochage des prix compris entre 20 % et 30 % » explique la chef de secteur. Pour quelques tâches ou éraflures, le client s'en accommode et préfère donc payer moins cher. 10% de légumes de ce type sont ainsi sauvés.

Auchan Vélizy teste ce rayon depuis 15 jours et déjà, deux tonnes de fruits ont été écoulés. Mercredi et jeudi, des ruptures ont même sévi en rayon devant le succès de la démarche. « Intermarché nous a aidé à sensibiliser sur le thème de l'anti-gaspillage » admet Nicolas Chabanne, co-coordonateur du collectif des Gueules Cassées, et à l'origine des Petits producteurs.

L'opération sur ces fruits et légumes moches d'Intermarché, au mois de mars, avait en effet été fortement médiatisée. « Mais aujourd'hui, on fait de l'Intermarché en mieux » avance Antoine Carissimo, responsable de l'offre fruits et légumes pour Auchan France. Les Gueules cassées, dont l'offre se trouve aussi dans des points de vente Leclerc, Monoprix et Cora, sélectionne en effet leurs producteurs français en s'appuyant sur des critères gustatifs. En bout de chaîne, le consommateur doit ainsi trouver des produits hors calibres mais bons. Le principe fait mouche auprès des distributeurs, Auchan va tester ces fruits cabossés dans d'autres magasins, sans plus de précisions à ce jour, Monoprix lance la semaine prochaine cette initiative dans 17 points de vente grands formats dont 14 à Paris. De quoi donner du fil à retordre pour Nicolas Chabanne, qui repart sur les routes afin de trouver de nouveaux producteurs à associer à cette démarche.

Source : [www.lsa-conso.fr](http://www.lsa-conso.fr)

## Ressources 11 : Comment les professionnels de la grande distribution luttent au quotidien contre le gaspillage alimentaire

À l'occasion du 4ème anniversaire de la Loi Garot contre le gaspillage alimentaire, retour sur les actions anti-gaspi préférées des pros de la distribution.

Dans la grande distribution, la casse représente en moyenne 1 à 2% du CA des magasins.



Valoriser les invendus est donc un levier puissant pour améliorer le résultat !

De la commande à la mise en rayon, plusieurs raisons expliquent le gaspillage alimentaire dans la grande distribution : difficulté à prévoir la demande des clients, casse au moment de la mise en rayon, conditions de conservation, retrait des produits avant leur date limite de consommation ou présentant un défaut, nécessité d'avoir des rayons toujours remplis, etc. Des GMS ont testé et approuvé plusieurs actions anti-gaspi à la source.

En limitant la taille des bacs d'exposition, certaines enseignes évitent le surstock et la casse en rayon. Pour réduire les pertes liées aux invendus, des magasins proposent des produits « moches » à prix réduit, transforment les produits invendus en magasin ou ont des partenariats vertueux avec les fournisseurs afin de rallonger les DLC et supprimer les DDM.

D'autres préfèrent miser sur une diminution du nombre de références proposées à la vente afin de limiter le risque d'invendus. Et pour les inciter dans cette démarche, des chefs de rayon sont objectivés sur l'optimisation de la vente du stock !

Source : [jebosseengrandedistribution.fr](http://jebosseengrandedistribution.fr)

## Ressource 12 : Les engagements AUCHAN « Réduire le gaspillage en associant les consommateurs »



Auchan Retail France a initié en 2022 un vaste programme de digitalisation des pertes de produits alimentaires pour mieux les réduire. Le dispositif est déployé en lien avec la start-up Smartway sur l'ensemble des magasins. Les espaces Anti-gaspi dans les formats hypermarchés et supermarchés permettent d'éviter de jeter des produits encore consommables. En fonction des sites, on y trouve selon les jours des produits frais à date courte, du pain de la veille, des produits délotés incomplets, à des prix très doux, plébiscités par les clients.

Auchan concrétise ainsi son engagement dans le Pacte Dates de Consommation avec ces espaces Anti-gaspi et en relayant les campagnes de communication nationale pour sensibiliser les consommateurs sur la différence entre DLC et DDM. L'objectif est d'inciter les consommateurs à faire confiance à leurs sens pour observer, sentir et goûter le produit une fois la DDM dépassée, au lieu de le jeter directement. Un grand nombre d'initiatives sont lancées pour assurer une deuxième vie au pain invendu en fin de journée, comme la transformation en chapelure, en farine permettant de créer de nouvelles recettes anti-gaspi, la viennoiserie en puddings... Au rayon fruits et légumes, la seconde vie des produits abîmés est travaillée via des soupes, confitures ou la constitution de paniers à prix réduit.

En parallèle, la majorité des magasins coopère avec la start-up Too Good To Go pour limiter le gaspillage et proposer aux clients des paniers de produits à date courte et à prix très doux. Le principe : une application mobile met en relation les supermarchés et hypermarchés et drive Auchan engagés avec une communauté de consommateurs qui peuvent rapidement découvrir les paniers proposés.

Innovant, rapide, économique, bon pour la planète, tout le monde est gagnant.

Déjà plus d'un million 400 000 paniers sauvés.

Près de 60 Drive proposent également sur leur site des paniers-surprise, une initiative appréciée par les utilisateurs.

Auchan s'engage dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Chaque année en France, c'est près de 10 millions de tonnes de nourriture gaspillée et jetée à la poubelle. Auchan s'engage en proposant des paniers anti-gaspi surprises dans votre Drive.

Ils sont constitués de produits invendus du jour encore consommables (viande, volaille, poisson, fruits et légumes frais, produits frais...). Le tout à petits prix ! Un geste pour la planète et un coup de pouce pour votre porte-monnaie.

Comment ça marche ?

Produits à date de consommation courtes, emballages abîmés, fruits et légumes à maturité...

Dans votre panier, les possibilités sont variées.

Récupérez le panier du jour et régalez-vous !



3€  
2 produits  
minimum



5€  
3 produits  
minimum



10€  
4 produits  
minimum

Source : <https://www.auchan-agit.fr/engagement/environnement>

## Ressource 13 : La solution SMARTWAY



# Objectifs du projet

## 1. Réduire la Démarque

Optimisation des commandes  
Traçabilité complète de la performance des produits  
Amélioration de l'assortiment (PCB, dates..)

## 2. Augmenter le CA

**Sur les produits en fin de vie**  
(Amélioration du stickage par rayon, optimisation du taux promo, ré-impacter le chiffre d'affaires date courte dans votre rayon ...)

## 3. Simplifier

Utilisation quotidienne facile et rapide pour les employés en rayon et en caisse  
Mise en place d'une solution automatisée pour les personnes en magasin (système informatique)  
Flux informatiques entièrement automatisés en terme de gestion  
Informations claires pour le consommateur

## FOOD WASTE MANAGEMENT SYSTEM



### DÉTECTION

LOCALISER RAPIDEMENT  
LES PRODUITS  
EN DATE COURTE



### STICKAGE

ETIQUETER ET DÉGAGER  
LE MAXIMUM DE VALEUR  
APPLIQUER DES  
REMISES EN QUELQUES  
SECONDES

## Ressource 14 : Le plan d'Auchan pour limiter le gaspillage alimentaire

Faire la chasse au gaspillage pour remobiliser l'entreprise.

En difficulté dans l'Hexagone, Auchan va utiliser l'intelligence artificielle pour gérer ses invendus dont la date de péremption approche. Pour Philippe Brochard, le nouveau directeur général d'Auchan France, ce projet est une preuve que le distributeur est capable de se transformer, en embarquant tous ses salariés.

Les solutions de la start-up nantaise Smartway sont déployées dans les 119 hypermarchés et les 230 supermarchés du distributeur en France. L'ensemble des collaborateurs sont formés à leur utilisation.

Le gaspillage alimentaire représente 1,3% des ventes d'Auchan en France. Grâce à l'intelligence artificielle, le distributeur devrait réduire ces pertes d'au moins 30% dans un délai de six mois. La solution de Smartway permet de proposer la meilleure option pour un produit donné proche de sa date de péremption : soit la vente en magasin avec remise, soit le don à des associations, si les chances de vendre le produit, même à prix cassé, sont faibles. En cas de remise, Smartway prédit le niveau de rabais idéal. Il suffit parfois de proposer 10 % de réduction sur un yaourt pour l'écouler- les remises pouvant aller jusqu'à 30 %.

« *Tout le monde gagne à la mise en œuvre de ce projet* », se félicite Philippe Brochard. Les salariés d'abord, qui voient leur temps consacré à la gestion des dates limites de consommation (DLC) divisé par quatre. Ils ne seront plus obligés de vérifier une à une ces dates en rayon, et pourront réallouer ce temps au service du client. Ce dernier trouvera moins de produits périmés et davantage de remises, bienvenues en période d'inflation. Les associations bénéficieront d'une meilleure planification de leurs dons. Pour Auchan, le projet devrait se traduire par une amélioration de son chiffre d'affaires et de sa rentabilité. À terme, cette digitalisation de la gestion de la casse alimentaire permettra de travailler en amont avec les fournisseurs pour limiter les invendus.

Ce projet est l'un des premiers que Philippe Brochard a impulsés, à peine 15 jours après sa nomination à la tête de la France. « *Il est une preuve de progrès que nous amenons aux collaborateurs, explique le directeur. Nous le déployons en un temps record. Cela montre que nous pouvons faire bouger les choses. Nous avons par ailleurs fait le choix d'investir pour réduire les irritants opérationnels.* »

Le dirigeant a du travail. Pénalisé par ses grands hypermarchés, Auchan a vu ses ventes baisser en France l'an passé (-4,6%) et y a perdu des parts de marché, y compris sur le drive. Il doit reconquérir ses clients. « *Je suis obsédé par l'impact* », assure Philippe Brochard.



## Ressource 15 : Pouvoir d'achat : la grande distribution fait la chasse au gaspillage

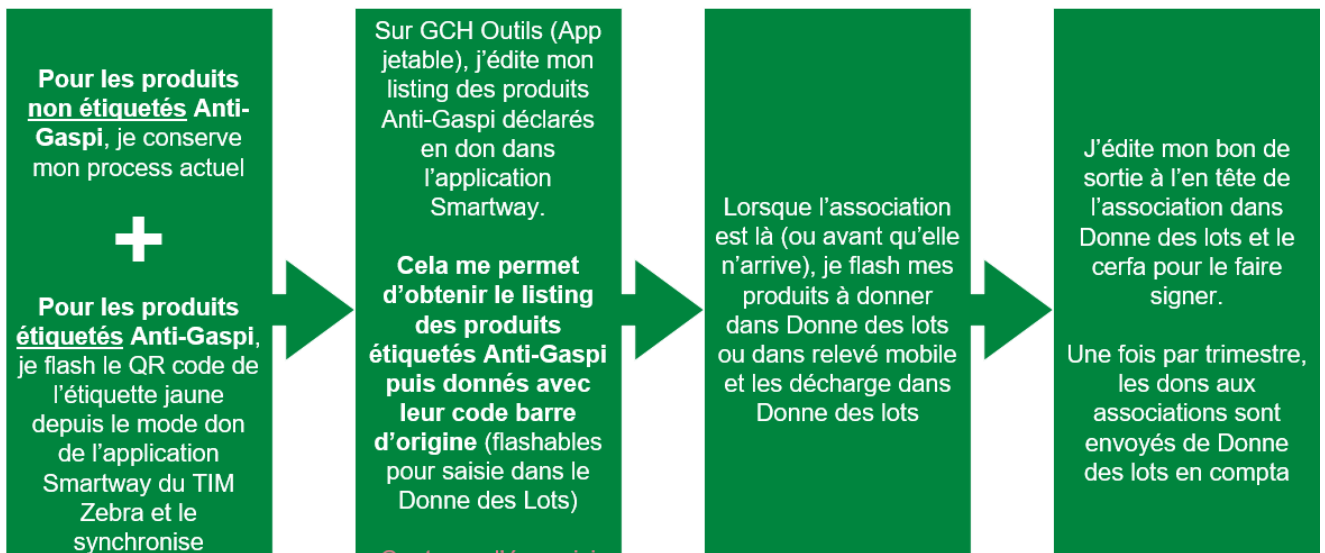
Dans ce contexte d'inflation, les Français sont de plus en plus nombreux à traquer les bonnes affaires dans les rayons anti-gaspillage. On y trouve des produits alimentaires nettement moins chers, car la durée de consommation est courte.

Les rayons anti-gaspillage fleurissent dans les allées de la grande distribution depuis plus d'un an. Ils proposent avant tout de nombreuses réductions, pouvant aller jusqu'à -50%. Dans les rayons du supermarché Auchan, on peut trouver des produits très proches de la date limite, mais encore consommables. Ils sont ainsi retirés chaque jour des rayons traditionnels pour être automatiquement dégriffés et placés dans un espace dédié à l'anti-gaspi.

L'objectif est de vendre le produit avant qu'il ne soit périmé. Avec la hausse des prix, le rayon rencontre toujours plus de succès. *"Je viens toujours jeter un œil avant de faire mes courses, parce que si je trouve ce dont j'ai besoin, je le prends ici avant de prendre en rayon"*, confie une cliente. Le rayon Anti-gaspi permet aussi aux distributeurs de limiter leurs pertes. Depuis 2016, la loi les oblige en effet à réduire le gaspillage alimentaire. En revanche, la grande distribution améliore son image au détriment des banques alimentaires, qui ont vu les dons de produits proches de la date de péremption baisser de 10 à 20%.

Source : [https://www.francetvinfo.fr/economie/inflation/pouvoir-d-achat-la-grande-distribution-fait-la-chasse-au-gaspillage\\_5335957.html#xtor=CS2-765-](https://www.francetvinfo.fr/economie/inflation/pouvoir-d-achat-la-grande-distribution-fait-la-chasse-au-gaspillage_5335957.html#xtor=CS2-765-)

## Ressource 16 : Procédure Auchan pour le don alimentaire en hypermarché



Source Interne Auchan

## Ressource 17 : Auchan se mobilise contre le gaspillage alimentaire

En France, le gaspillage alimentaire représente en moyenne 20kg de nourriture par an / habitant qui finit à la poubelle. Tous secteurs confondus, particuliers, restauration, distribution, le gaspillage alimentaire atteint 10 millions de tonnes dont 1.2 tonne de nourriture encore consommable\*. Auchan a fait de la lutte contre le gaspillage alimentaire l'une des priorités RSE de son projet d'entreprise Auchan 2022.



120 rayons Anti-gaspi : un geste pour la planète, des prix avantageux et des bons produits  
Ces espaces sont dédiés à la vente de produits susceptibles d'être jetés mais encore parfaitement consommables et proposent des produits au conditionnement abîmé mais parfaitement conservés, à des prix très avantageux. Sont aussi proposés, selon les jours, des produits frais en Date Limite de Consommation (DLC), du pain et des viennoiseries de la veille, des fruits et légumes qui de par leur taille, forme ou apparence sont habituellement jetés, des produits alimentaires secs à Date de Durabilité Minimale (DDM) proche ou dépassée... qui respectent l'ensemble des exigences réglementaires de qualité des produits. Depuis 2017, plus de 230 magasins Auchan se sont engagés avec Too Good To Go et Zéros Gâchis afin de limiter le gaspillage et proposer aux clients des paniers de produits à date courte et à prix très doux. Le principe est simple : l'appli Too Good To Go, met en relation les supermarchés, les hypermarchés et les drives Auchan engagés avec une communauté de consommateurs qui peuvent rapidement découvrir les paniers proposés. Ce sont déjà 1 000 000 000 de repas sauvés ! Franchement, si se faire un bon repas, en payant au minimum la moitié de son prix, peut sauver la planète, que demander de plus ?

Source : <https://www.lsa-conso.fr/l-auchan-de-grande-synthe-un-modele-dans-le-recyclage-des-cartons,397071>

## Ressource 18 : Gaspillage alimentaire : Les Initiatives des Professionnels de la Grande Distribution pour réduire leurs Déchets

A propos de dates de péremption, certains distributeurs commencent également à revoir leur politique d'affichage. De nombreuses initiatives sont mises en place : Carrefour a décidé d'allonger les périodes de consommation de certains de ses produits et certaines marques ont supprimé les dates pour certains produits non périssables comme le sel.

Dans le même registre, la distribution a mis en place des promos anti-gaspillage alimentaire. Pour les produits proches de la DLC, 50 % de réduction par exemple. Ainsi le consommateur profite de produits à bas prix ; cela évite de jeter un produit consommable.

Dans la même idée, des marques proposent des « promotions différées ». Au lieu d'avoir un produit acheté, un produit offert, le consommateur peut avoir un produit acheté, un produit offert... la semaine suivante. Ainsi, au lieu d'avoir deux produits la même semaine, avec le risque qu'il se périmé et qu'il soit jeté une fois à la maison, on garde la promotion mais étalée sur deux semaines. (...)

Le reconditionnement des produits frais abîmés est une pratique très intéressante notamment pour les fruits et légumes frais. Pour éviter de gaspiller des fruits ou des légumes un peu abîmés, les distributeurs les découpent et les vendent en salades par exemple.

Plusieurs magasins transforment des produits abîmés ou arrivant à leur date limite de consommation en smoothies, bruschetta, pudding, croissant aux amandes, purée, soupe afin de leur donner une seconde vie et réduire le gaspillage.

Les produits qui ne sont jamais achetés lorsqu'ils sont seuls (comme les bananes) sont parfois réemballés avec d'autres pour être achetés.

De plus en plus de grandes surfaces, notamment bio, proposent par ailleurs des produits en vrac. Outre le fait qu'ils évitent d'utiliser emballages et suremballages, ils permettent aussi d'adapter notre achat en fonction de notre consommation, et donc d'éviter d'acheter trop et de jeter. Dans la même logique, les produits à l'unité ou portionnables évitent le gaspillage, avec l'inconvénient toutefois qu'ils augmentent parfois la quantité d'emballage. (...)

Au Royaume-Uni, des marques ont généralisé l'emploi de sacs plastiques perforés pour les fruits. L'initiative partait du constat que des fruits conservés dans des emballages fermés étaient plus susceptibles de développer rapidement des moisissures et donc d'être jetés. Les installations des rayons frais peuvent aussi être adaptées pour éviter le pourrissement des produits : brumisateurs, pastilles qui absorbent l'éthylène, etc.

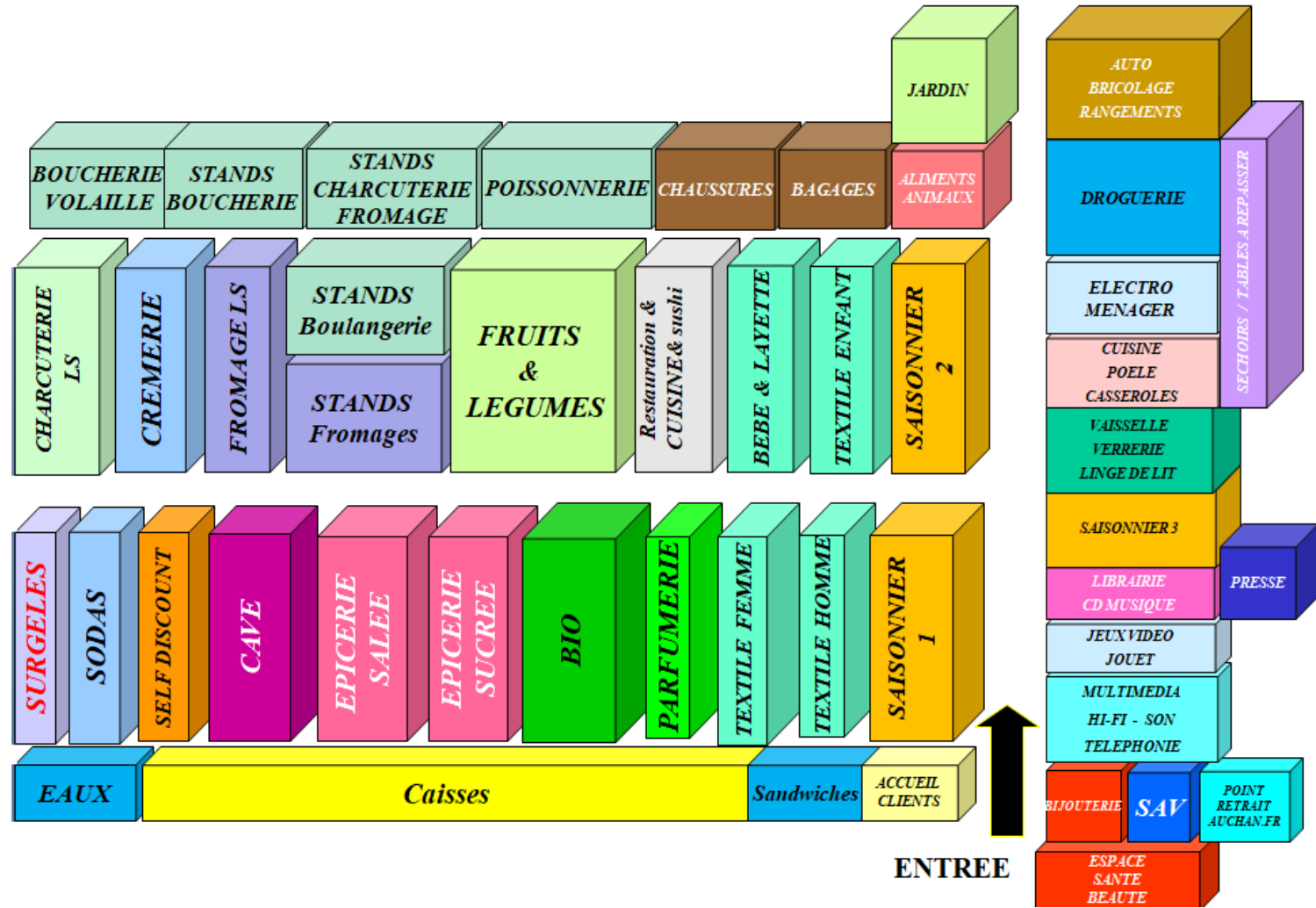
Les grandes surfaces et les distributeurs peuvent aussi mettre en place des stratégies de partenariats avec leurs fournisseurs : définir ensemble les chartes de qualité pour les produits, afin que les agriculteurs évitent de produire des fruits ou des légumes qui ne correspondraient pas aux standards de la distribution et qui seraient jetés par exemple. Il est aussi possible de travailler avec leurs fournisseurs pour récupérer des produits « hors standards » pour fabriquer des plats préparés.

Enfin, lorsqu'il n'est pas possible d'éviter un déchet, il est toujours possible de le valoriser. La biométhanisation\* mise en place par Auchan ou encore dans les magasins Carrefour de la région lilloise a fait ses preuves pour utiliser les déchets alimentaires dans le but de produire de l'énergie par exemple. Avec ce type d'initiatives, il est possible de réduire les déchets produits par les grandes surfaces. Reste à être attentifs chez nous et à changer nos habitudes.

Source : youmatter.world

\*Biométhanisation : consiste en la dégradation en matières organiques simples de matières organiques complexes via la digestion anaérobie. Ce processus est inspiré de la digestion naturelle des ruminants.

Ressource 19 : Plan du magasin Auchan Fontenay-sous-Bois



**Ressource 20 : Meubles disponibles pour l'espace « Anti-gaspi »**

**TG ouverte froide**  
**Linéaire au sol : 1,26ml**



**TG fermée froide**  
**Linéaire au sol : 1,28ml**



**Meuble mobile froid**  
**Loc'Anim mural**  
**Linéaire au sol : 0,72ml**



**Gondole**  
**Linéaire au sol : 0,72ml**



**Meuble mobile froid Loca service  
VA20**





**Meuble mobile froid AD13  
Linéaire au sol : 1,44ml**



**Meuble froid type bac  
Linéaire au sol : 0,96ml**



**Ressource 21 : Rayons concernés par les solutions Smartway**

 <b>Produits frais</b>	 <b>Produits de Grande Consommation</b>
Boucherie Atelier et LS* Boulangerie Atelier Boulangerie Pâtisserie LS* Charcuterie Atelier et LS* Crémèrie Fleurs et plantes Fromage Stand et LS* Fruits et légumes Poissonnerie Atelier et LS* Rotisserie Snacking Stand et LS* Surgelés Traiteur Stand et LS* Volaille	Boisson sans alcool Epicerie salée Epicerie sucrée Produits du monde Vrac

\*Libre service

## Ressource 22 : La solution Smartway pour lutter contre le gaspillage alimentaire

**Smartway vous accompagne dans la mise en place d'une démarche anti-gaspillage** efficace et intelligente qui vous permet de gagner du temps au quotidien.

### 1- Un gain de temps considérable pour les équipes

Vous l'aurez compris, chez Smartway, nous pensons que le contrôle-date est une tâche fastidieuse pour vos équipes en magasin. En effet, en moyenne sur 100 produits à contrôler seuls 3 ou 4 sont à retirer du rayon... En mettant en place une solution d'aide au contrôle-date comme Smartdetection (surnommée le GPS des dates courtes), vous êtes certain de gagner du temps tous les matins. Avec Smartdetection, le contrôle-date de 500 références s'effectue en moins de 4 minutes !

### 2- Et donc plus de temps pour les autres tâches importantes !

Mise en rayon, commandes, réassort, facing, rangement... Avant l'ouverture de votre point de vente, c'est un véritable ballet qui se met en place dans vos rayons, et il n'y a pas une minute à perdre ! Gagner du temps au quotidien sur le temps du contrôle-date, c'est dégager du temps pour d'autres tâches plus importantes

### 3- La garantie de ne plus avoir aucun produit périmé (ou hors charte fraîcheur) en rayon

Vous pensez qu'aucun produit n'est hors charte fraîcheur au sein de vos rayons. Un contrôle-date réalisé sans outil adapté est une tâche longue et chronophage, un produit proche de sa date de péremption peut vite se cacher au fond du rayon.

Avec un outil automatique, vous êtes alerté chaque matin sur les références à contrôler. En suivant l'outil, il est impossible de retrouver un produit hors charte fraîcheur ou périmé en rayon.

### 4- Réduire le gaspillage alimentaire de votre point de vente

Gagner du temps sur une tâche fastidieuse, c'est déjà une bonne chose. Mais détecter vos produits proches de leur date de péremption permet avant tout de lutter contre le gaspillage alimentaire ! Un produit détecté est un produit encore bon à être sauvé : Smartdetection permet de trouver le meilleur pourcentage de remise anti-gaspillage. Il ne vous reste plus qu'à mettre votre produit dans un panier anti-gaspi ou encore en le donnant à une association caritative.

### 5- Une chance en amont pour sauver encore plus de produits

En détectant les produits avant leur date de péremption directement dans vos rayons, et en ajoutant à votre démarche de détection une solution d'étiquetage anti-gaspi comme smartdiscount, vous pourrez revendre efficacement ces produits et ainsi réduire les déchets alimentaires de vos rayons. En plus, ça plait toujours aux consommateurs d'avoir des remises anti-gaspi et d'améliorer leur pouvoir d'achat.

Source : <https://smartway.ai>

## Ressource 23 : Extraits du tableau de bord Smartway (semaine du 22 au 28 mai 2023)

### Signification des indicateurs du tableau :

- **Quantité disponible** : Nombre de produits disponibles, en DLC ou DDM courtes, voir dépassées pour les DDM
- **Revalorisation** : Pourcentage récupéré du prix d'achat par rapport à la casse
- **Taux de stickage** : Pourcentage de produits stickés sur le total des produits qui auraient dû être stickés
- **Taux de revente** : Pourcentage de produits stickés vendus

4		Rayon		125-Crèmerie		Démarque initiale		Revalorisation		Taux de stickage		Taux de revente			
5						2,70%		43%		78%		48%			
6															
7		Rayon		125-Crèmerie		Désignation		Marque		Quantité disponible		Taux de stickage		Taux de revente	
8						Yaourt aux fruits bifidus		Activia		62		82%		56%	
9						Yaourt brassé et mixé aux fruits		Auchan		56		76%		47%	
10						Yaourt brassé aux fruits		Mamie Nova		68		75%		46%	
11						Yaourt aux fruits rouges brassé		Velouté fruix		61		76%		42%	
12						Yaourt à boire à la fraise		Yop		49		76%		42%	
13						Yaourt à boire à la vanille		Yop		78		75%		42%	
14						Yaourt à boire aromatisé fraise		Actimel		62		82%		65%	
15						Yaourt à boire multifruits pêche		Actimel		48		86%		65%	
16						Yaourt à boire aromatisé fraise		Auchan		37		42%		66%	
17						Fromage blanc au lait bio de brebis		Vrai		62		41%		65%	
18						Fromage blanc au lait de brebis		Auchan		69		76%		52%	
19						Fromage blanc myrtilles		Calin		102		74%		42%	
20						Fromage blanc nature		Auchan		98		87%		42%	



Rayon	181-Boucherie LS	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
		7,60%	58%	89%	81%	
Rayon	181-Boucherie LS	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
		Viande hachée de veau Label Rouge	Auchan bio	52	91%	78%
		Haché pur boeuf 5%MG 350g	Bigard	65	86%	82%
		Steaks hachés Pur Bœuf 5%mg bio 2 pièces	Auchan Bio	42	88%	73%
		Hâché spécial Burger du chef 15%mg 4 pièces	Socopa	72	92%	88%
		Haché bolognaise 600g	Charal	36	88%	82%
		Hâché vrac Charolais 12% 350g	Auchan mmm!	88	92%	78%
		Haché Pur Bœuf 5%mg bio 350g	Sourire de campagne	46	78%	81%
		Viande hachée label rouge 12% 300g	Bigard	61	86%	82%
		Hachée pur boeuf 5%MG 300g	La nouvelle agriculture	32	90%	79%

Rayon	59-Snacking	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
		6,90%	59%	76%	71%	
Rayon	59-Snacking	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
		Lasagne de boeuf 4 portions	Auchan Le traiteur	45	75%	68%
		Gratin dauphinois au jambon	Marie	62	78%	72%
		Parmentier de canard 3-4 portions	Maison Tino	76	75%	69%
		Parmentier de bœuf charolais	Fleury Michon	32	75%	68%
		Parmentier de saumon aux épinards	Fleury Michon	66	73%	74%
		Crevette sauce piquant	Auchan Le traiteur	61	77%	70%
		Nouilles asiatiques aux crevettes	Isali	88	72%	65%
		Wrap poulet	Daunat	58	75%	75%
		Sandwich suédois chèvre tomates	Sodebo	53	77%	78%
		Wrap saumon fumé	Auchan Le traiteur	67	65%	80%
		Sandwich thon	Daunat	62	77%	72%

48	Rayon	99-Traiteur salade	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
49			3,80%	76%	73%	81%	
50							
51	Rayon	99-Traiteur Salade	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
52			Taboulé au poulet rôti 1 personne 200g	Auchan Le traiteur	56	82%	56%
53			Taboulé au poulet rôti 300g	Bonduelle	72	70%	78%
54			Taboulé au poulet et à la ciboulette 300g	Pierre Martinet	78	76%	81%
55			Taboulé orientale à la menthe 1 portion 200g	Auchan Le traiteur	65	76%	47%
56			Taboulé oriental à la menthe 300g	Bonduelle	68	72%	82%
57			Taboulé oriental 310g	Pierre Martinet	63	76%	42%
58			Salade de choux rouge à la moutarde de Dijon 300g	Bonduelle	58	82%	65%
59			Céleri à la moutarde à l'ancienne 300g	Bonduelle	48	86%	65%
60			Carottes râpées au citron de Sicile 300g	Pierre Martinet	62	42%	85%
61			Carottes râpées au citron 1kg	Auchan Le traiteur	61	65%	77%
62			Concombre au fromage blanc 300g	Auchan	58	76%	52%
63			Macédoine de légumes 320g	Bonduelle	54	74%	42%
64			Champignons ail et fines herbes 300g	La Belle henriette	62	87%	42%
65			Salade de betteraves à la moutarde à l'ancienne 300g	Bonduelle	49	82%	56%
66			Trio de lentilles à la moutarde à l'ancienne	Pierre Martinet	78	70%	85%
67			Tagliatelles au surimi 1 portion 200g	Auchan Le traiteur	56	77%	56%
68			Salade de torti au surimi à la ciboulette	Pierre Martinet	63	72%	78%
69			Piémontaise au poulet rôti	Bonduelle	59	86%	62%
70			Piémontaise au poulet	Auchan	69	74%	81%

83	Rayon	12-Boissons non alcoolisées	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
84			4,20%	76%	73%	81%	
85							
86	Rayon	12-Boissons non alcoolisées	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
87			Jus de carotte des Landes bio	Auchan bio	85	68%	65%
88			Pur jus de carottes bio sans sucre	Vitabio	82	68%	79%
89			Pur jus bio de tomates de Marmande	Paysans d'ici	63	75%	82%
90			Pur jus de betterave rouge	Bjorg	82	77%	78%
91			Jus de pomme golden	Pressoir de Loire	56	70%	85%
92			Jus de pomme granny	Joker	62	71%	77%
93			Pur jus de pomme	Auchan	62	72%	86%
94			Pur jus d'ananas et citron vert	Auchan	66	70%	84%
95			Pur jus de grenade	Auchan	32	78%	79%
96			Nectar d'orange sans pulpe	Joker	64	78%	77%
97			Jus d'orange bio	Auchan	72	79%	73%
98			Pur jus d'oranges sans pulpe	Innocent	48	75%	82%
99			Jus d'oranges pressées avec pulpe	Andros	82	91%	86%
100			Smoothie fraise et banane	Innocent	72	70%	80%
101			Boisson au jus de fraise et lait sans sucre	Danao	66	88%	82%
102			Boisson au jus d'orange banane, fraise et lait	Danao	63	82%	78%
103			Green de star pomme poire	Innocent	56	78%	78%
104			Smoothie antioxydant kiwi pomme	Innocent	64	66%	79%
105			Super smoothie fraise, cerise et guarana	Innocent	68	72%	86%
106			Boisson lactée pomme fruits exotiques	Danao	53	78%	65%

110	Rayon	13-Gâteaux apéritifs	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
111			1,80%	79%	92%	90%	
112							
113	Rayon	13-Gâteaux apéritifs	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
114			Chips tuile saveur barbecue	Auchan	85	90%	88%
115			Chips tuile saveur emmental	Auchan	82	92%	85%
116			Chips au sel de mer et vinaigre de cidre	Tyrrel's	63	95%	84%
117			Chips ondulées saveur sel et vinaigre	Brets	58	88%	92%
118			Chips finement salées au sel de mer	Tyrrel's	82	89%	93%
119			Tortilla chips saveur barbecue	Doritos	56	91%	88%
120			Tortilla chips sweet chili pepper	Doritos	62	95%	89%
121			Tortilla nature	Auchan	62	87%	93%
122			Tortilla goût nature	Doritos	66	86%	97%
123			Chips ondulées saveur poulet	Brets	32	92%	90%
124			Chips saveur pouler rôti	Lay's	64	92%	88%
125			Chips finement salées	Lay's	72	93%	86%

Rayon	56-Biscuits sucrés, Gâteaux	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
		2,80%	65%	80%	75%	
Rayon	56-Biscuits sucrés Gâteaux	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
		Cookies chocolats noisettes	Bjorg	56	78%	77%
		Cookies pépites de chocolats noisettes	Auchan	76	74%	72%
		Cookies pépites de chocolats noisettes	Granola	72	78%	74%
		Cookies sensation cœur fondant	Milka	63	76%	79%
		Petits cookies aux pépites de chocolat	Bonne maman	32	82%	69%
		Biscuit fourré à la fraise	BN	48	79%	78%
		Figolu biscuits aux figues	Lu	52	77%	72%
		Chamonix moelleux fourrés à l'orange	Lu	36	72%	73%
		Génoises nappées de chocolat noir saveur framboise	Auchan	81	82%	75%
		Génoises nappées de chocolat noir saveur framboise	Pim's	67	78%	72%
		Génoises nappées de chocolat noir saveur orange	Pim's	69	78%	78%
		Gâteaux fourrés fraise	Lulu L'ourson	42	80%	69%
		Tartelettes au citron	Bonne maman	63	76%	71%
		Tartelettes au citron	Auchan	66	82%	77%
		Gaufres de Liège aux perles de sucre	Lotus	64	88%	69%
		La gaufre perles de sucre	Lu	63	81%	72%
		Gaufres liégeoises aux perles de sucre	Auchan	56	78%	79%
		Crêpes fourrées au chocolat	Wahou	57	76%	85%
		Crêpes fourrées au chocolat	Auchan Rik & rok	62	78%	77%
		Pancakes au chocolat	Wahou	71	75%	72%

156	Rayon	87-Plats cuisinés, cuisine du monde	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
157			3,40%	71%	77%	81%	
158							
159	Rayon	87-Plats cuisinés, Cuisine du monde	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
160			Cup nuilles japonaises hot chili	Nissin	56	78%	77%
161			Noodle saveur poulet	Banzaï	76	74%	72%
162			Quinoa et boulgour à l'indienne	Cérééal bio	72	78%	74%
163			Galettes boulgour et quinoa à la tomate	Cérééal bio	63	76%	83%
164			Lentilles riz et soja sachet express	Cérééal bio	32	82%	69%
165			Cassoulet de Castelnaudary	La belle chaurienne	48	79%	78%
166			Riz coco curry et poulet	William Saurin	52	77%	72%
167			Bœuf bourguignon pommes de terre	Auchan	36	72%	73%
168			Couscous aux légumes	Auchan	81	82%	75%
169			Torsades à la carbonara	Auchan	67	74%	72%
170			Taboulé aux 5 légumes	Garbit	69	75%	83%

175	Rayon	62-Pâtes à tartiner, Confiture, miel	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
176			1,40%	65%	79%	77%	
177							
178	Rayon	62-Pâtes à tartiner, Confiture, miel	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
179			Pâte à tartiner noisettes et cacao	Bonne maman	56	78%	77%
180			Pâte à tartiner aux noisettes	Nutella	76	74%	72%
181			Pâte à tartiner noisettes et cacao	Poulain	72	78%	74%
182			Pâte à tartiner au cacao et noisettes	Nocciolata	63	76%	79%
183			Confiture de fraise sans sucre ajouté	Gerblé	32	82%	69%
184			Confiture de fraise	Auchan	48	79%	78%
185			Confiture extra de fraises	Auchan bio	52	77%	72%
186			Confiture de figues violettes	Auchan	36	72%	73%
187			Confiture de figues Corse au sucre de canne	Charles Antona	81	82%	75%
188			Gelée de groseille	Bonne maman	67	78%	72%
189			Gelée de mûres	Auchan	69	78%	78%
190			Miel liquide du massif central corsé et boisé	Auchan Gourmet	42	80%	69%
191			Miel et gelée royale	Lune de miel	63	76%	71%
192			Miel de châtaigniers	Les ruchers du Luberon	66	82%	77%

196	Rayon	26-Desserts, Compotes	Démarque initiale	Revalorisation	Taux de stickage	Taux de revente	
197			2,90%	74%	78%	86%	
198							
199	Rayon	26-Desserts, Compotes	Désignation	Marque	Quantité disponible	Taux de stickage	Taux de revente
200			Crème dessert à la vanille	Danette	66	82%	85%
201			Crème dessert à la vanille	Auchan	62	75%	82%
202			Crème dessert à la vanille bio	Les 2 vaches	72	76%	80%
203			Crème dessert au chocolat	Nesquick	56	77%	86%
204			Crème dessert au chocolat	Auchan	58	78%	87%
205			Liégeois au chocolat	Auchan	63	80%	88%
206			Liégeois au chocolat	Danette	66	82%	85%
207			Liégeois au café	Danette	45	76%	82%
208			Liégeois au café	La fermière	62	77%	88%
209			Mousse au chocolat	Bonne maman	67	75%	82%
210			Mousse au chocolat	Michel et Augustin	63	78%	89%
211			Mousse au chocolat	Auchan	56	79%	84%
212			Compote de pomme	Auchan	63	76%	71%
213			Compote de pomme/poire	Charles et Alice	78	79%	87%
214			Compotée de fraises et framboises	Bonne maman	82	80%	88%
215			Compote de pomme/kiwi	Charles et Alice	36	78%	85%
216			Flan au caramel	Auchan	59	81%	86%
217			Flan nappé au caramel	Flanby	56	82%	83%
218			Flan vanille caramel bio	Les 2 vaches	62	78%	77%



## Ressource 24 : Cahier des charges Animation de l'espace « Anti-gaspi »



# CAHIER DES CHARGES



## Contexte du projet

L'implantation d'un espace « Anti-gaspi » doit nous permettre de réduire la casse. Afin de générer plus de trafic et donc de ventes dans cet espace, il a été décidé de mettre en place une animation expérientielle et ludique.

## Objectifs de l'animation

- Inciter les clients à acheter dans le futur espace « Anti-gaspi »
- Sensibiliser les clients aux dates courtes
- Faire découvrir de nouveaux produits aux clients
- Lutter contre le gaspillage alimentaire
- Limiter la casse
- Répondre aux attentes des éco-consommateurs
- Améliorer l'image de marque et la notoriété d'Auchan au travers de sa démarche RSE

## Critères de sélection des produits

La sélection des produits se fait à partir du tableau de bord Smartway sur la période du 22 au 28 mai.

- 5 rayons maximum dont le taux de démarque initiale est supérieur à 2,5%
  - ✓ Rayons interdits : Poissonnerie LS, Poissonnerie Stand, Boucherie LS, Boucherie Atelier, Surgelés, Fruits et Légumes LS
  - ✓ Rayons autorisés : tous les autres, boisson comprise (sauf secteur alcool)
- 3 produits minimum par rayon sélectionné ;
- Produits dont les quantités disponibles sont supérieures à 60 ;
- Produits dont le taux de stickage et le taux de revente sont inférieurs à la moyenne du rayon.

NB : À produit identique, privilégier les produits de marque Auchan

## Procédure et contraintes de mise en place de l'animation

- Animation sur un créneau de 4 heures sur une journée : Le samedi de 11 heures à 13 heures et de 18h à 20h.
- Budget maximal pour le prestataire externe : 500 euros.
- Moyens humains : 1 ou 2 animateurs professionnels à sélectionner parmi les propositions des prestataires extérieurs.
- Moyens matériels et mobiliers : mis à disposition par le magasin hormis ceux compris dans la prestation choisie.

Moyens technologiques : PLV et ILV : impressions internes du Kit déploiement avec identité visuelle de l'espace « Anti-gaspi ».

## Ressource 25 : Propositions de prestataires extérieurs

### Proposition 1 : L'atelier de cuisine anti-gaspillage

Date de la proposition commerciale : 24.04.2023

Prestataire extérieur : **SAVE EAT**

Durée : 4 heures

Tarif : 150 euros/heure pour l'animateur-cuisinier

L'atelier de cuisine est une activité ludique qui permet de toucher tout le monde et d'aborder une grande diversité de thèmes. Il s'agit d'un outil de convivialité qui réunit des personnes pour cuisiner ensemble, tout en participant au développement des savoirs et savoir-faire des participants. Le choix de la composition du menu est essentiel et sera guidé par la réflexion et les échanges qui auront eu lieu entre l'animateur et les participants. Les idées de recettes peuvent venir des participants eux-mêmes ou encore, inspirées de recettes existantes.

#### • Les objectifs de l'atelier cuisine :

- sensibiliser les clients au gaspillage et aux dates courtes ;
- découvrir des produits et recettes anti-gaspillage simples et économiques ;
- déguster des produits anti-gaspillage.

• **Le public visé** : Adultes et enfants. Dans ce cas, il y aura lieu de prévoir du personnel encadrant supplémentaire et de calibrer les installations et les équipements de cuisine.

• **Les moyens à mobiliser** : l'organisation d'un atelier de cuisine nécessite un espace susceptible d'accueillir l'atelier de cuisine (plan de travail, éventuellement table de cuisson).

#### L'organisation de l'atelier de cuisine :

##### ✓ Tâches réalisées en amont :

- choix des recettes et impression des fiches recettes pour les participants, éventuellement plastifiées (protection contre les éclaboussures) ;
- vérification du matériel et des équipements disponibles (animateur-cuisinier) ;
- transport du matériel sur le lieu de l'animation (animateur-cuisinier).

##### ✓ Tâches réalisées le jour-même :

- préparation et installation des produits anti-gaspillage (hypermarché Auchan) ;
- présentation de l'activité, explication de la recette et des étapes principales (animateur-cuisinier) ;
- rappel des règles de base de sécurité et d'hygiène. (Hypermarché Auchan) ;
- répartition en sous-groupes (en fonction du nombre de participants et des tâches à réaliser). (animateur-cuisinier)
- préparation des différents plats. (animateur-cuisinier) ;
- partage du repas dans la convivialité et partage de recettes. (animateur-cuisinier) ;
- distribution de fiches recettes anti-gaspillage.

##### ✓ Tâches réalisées en aval de l'animation :

- utilisation / conservation et distribution des restes pour faire goûter l'entourage (élargissement de l'impact et conscientisation de l'entourage). (animateur-cuisinier) ;
- rangement et nettoyage des équipements et des espaces de travail. (animateur-cuisinier) ;
- Tri / compostage des déchets avec le personnel du point de vente pour les sensibiliser. (animateur-cuisinier).

## **Proposition 2 : Dégustation anti-gaspillage avec conseils d'une diététicienne**

Date de la proposition commerciale : 02.05.2023

Prestataire extérieur : **PRO-PORTION**

Durée : 4 heures

Tarif forfaitaire : 500 euros

Nos ateliers abordent plusieurs thématiques de l'alimentation saine et durable. Ils sont construits sous forme de dégustation avec l'expertise d'une diététicienne expérimentée et d'un animateur spécialisé dans la grande distribution.

### ➤ **Les objectifs de l'animation :**

- sensibiliser les clients à la notion d'alimentation saine et équilibrée ;
- déguster des produits finis anti-gaspillage et sains pour la santé ;
- trouver des solutions culinaires applicables afin de limiter le gaspillage ;
- déterminer et découvrir des catégories de menus possibles grâce aux conseils de notre diététicienne.

➤ **Le public visé :** Nos ateliers de dégustation/sensibilisation à l'alimentation saine et équilibrée sont ouverts à tous les publics et tous les milieux sociaux sans connaissance préalable sur le sujet

➤ **Les moyens à mobiliser :** Personnel de l'hypermarché pour l'installation, le nettoyage et le rangement de l'équipement et matériels de dégustation.

### ➤ **L'organisation de la dégustation de sensibilisation :**

#### ✓ Tâches réalisées en amont :

Recevoir deux jours avant la date de l'animation la liste des produits sélectionnés.

#### ✓ Tâches réalisées le jour-même :

- préparation et installation des produits anti-gaspillage ;
- présentation de l'animation ;
- dégustation et échanges avec la diététicienne ;
- remplir un formulaire pour l'envoi des conseils diététiques.

#### ✓ Tâches réalisées en aval de l'animation :

- rangement et nettoyage des équipements et des espaces de travail (personnel d'Auchan) ;
- envoi des conseils diététiques (prestataires) ;
- réunion bilan avec les managers et la direction d'Auchan.

## Proposition 3 : Dégustation anti-gaspillage avec jeu concours

Date de la proposition commerciale : 17.05.2023

Prestataire extérieur : **ZERO GASPI**

Durée : 4 heures

Tarif forfaitaire : 125 euros/heure pour deux animateurs.

Nous sommes de plus en plus nombreux à souhaiter trouver des solutions et apprendre de nouvelles astuces pour nous simplifier la vie tout en limitant le gaspillage alimentaire. Nous animons de façon ludique des ateliers dégustation anti-gaspillage grâce à nos experts éco-responsables et expérimentés dans les animations en grandes surfaces.

- **Les objectifs de l'animation :**
  - déguster des produits finis aux dates courtes ;
  - déterminer la juste dose (planification des achats) ;
  - Cuisiner malin (zéro reste grâce à nos fiches recettes) ;
  - faire découvrir de nouveaux produits aux clients ;
  - gamifier l'atelier grâce à un jeu concours permettant de gagner un bon d'achat de 30 euros pour l'espace anti-gaspillage.
  
- **Le public visé :** Nos ateliers de dégustation/sensibilisation au gaspillage alimentaire sont ouverts à tous les publics.
  
- **Les moyens à mobiliser :** Personnel de l'hypermarché pour l'installation, le nettoyage et le rangement de l'équipement et du matériel de dégustation.
  
- **L'organisation de la dégustation :**
  - ✓ Tâches réalisées en amont :  
Réunion préparatoire la veille de la date de l'animation afin de sélectionner notamment les fiches recettes pouvant correspondre aux produits de l'animation.
  
  - ✓ Tâches réalisées le jour-même :
    - préparation et installations des produits anti-gaspillage ;
    - dégustation (1 animateur) et animation de l'atelier (1 animateur).
  
  - ✓ Tâches réalisées en aval de l'animation :
    - rangement et nettoyage des équipements et des espaces de travail (personnel d'Auchan) ;
    - exploitation du jeu concours (prestataire) ;
    - réunion bilan avec les managers et la direction d'Auchan.