Réduction du gaspillage alimentaire du lieu d'achat à sa consommation

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Siom de la Vallee de Chevreuse
Che Departemental 118
Courtaboeuf Cedex
www.siom.fr

Pole Economie Circulaire
ADEME Ile de France
Ile-de-France
economiecirculaire.idf@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, , CONSOMMATEURS, BIODECHET,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

En France, le gaspillage alimentaire représente environ 20 kg de déchets par personne et par an et 180kg/ha/an du champ à l'assiette.

Ce gaspillag alimentaire se compose de fruits et légumes abîmés non consommés, des produits périmés encore emballés, mais également des restes de repas qu'il est pourtant si facile d'accommoder ! Il n'y a pas si longtemps, nos grands-mères excellaient dans l'art d'accommoder les restes : elles transformaient le pain dur en délicieux dessert, les fruits trop mûrs en compote fondante... A notre tour de réapprendre à cuisiner les restes ! Nous éviterons ainsi de gaspiller et d'alourdir inutilement nos poubelles tout en réalisant de vraies économies !

Avant la signature du PLP avec l'Ademe, le SIOM avait conduit une première opération de 2007 à 2010 au sein de grandes et moyennes surfaces (GMS). Ainsi, 1649 personnes avaient été sensibilisées aux éco-achats : une partie portait sur l'emballage et une autre sur les quantités appropriées par rapport au nombre de personnes dans le foyer.

En 2010 (année de référence du PLP), le ratio des ordures ménagères était de 291kg/hab/an.

Dans le cadre du PLP, les animations sont renforcés et démultiplier afin d'obtenir une vraie prise de conscience et une réduction du gaspillage.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

Le SIOM souhaite contribuer à la réduction de 12,6% des ordures ménagères résiduelles d'ici 2016 et de réduire de 5 kg/hab./an le gaspillage alimentaire.

L'objectif 2016 est d'atteindre un ratio de 266kg/hab/an.

Les actions proposées sont:

-

des **séances de coaching** dans les lieux d'achats : elles permettront d'accompagner des habitants dans les rayons des magasins afin de leurs apporter des outils de réflexion sur leurs achats.

-

Des **cours de cuisines** : ils seront l'occasion de former des habitants aux techniques pour réduire le gaspillage, par l'apprentissage de recettes des restes, des astuces de conservations, …

-

Des **évènements culinaires** : ces ateliers seront l'occasion de réaliser des sessions de cuisine festives dont le but est de sensibiliser les habitants au gaspillage alimentaire en apportant des conseils et astuces de cuisine. Ces ateliers permettront de toucher un grand nombre de personnes.

Les ateliers culinaires (cours et évènements) devront dans la mesure du possible être réalisés à partir de produits destinés aux rebuts. Ils concerneront seulement les fruits et légumes, peu sensibles aux risques sanitaires (comparativement aux produits laitiers et carnés).

Ces animations permettront ainsi de réduire les quantités de gaspillage alimentaire des ménages et des commerçants.

Résultats quantitatifs:

10 animations de lutte contre le gaspillage alimentaire ont été réalisées : 6 animations dans 3 GMS, 2 cours de cuisine et 2 évènements culinaires type "disco-soupe".

Les 6 animtion ont permise de sensibiliser 168 personnes: 131 défis ont été relevés dont 10 séances de coaching.

Evènements type "disco-soupe" :

. sr un marché : plusde 250 personnes sensibilisées ont dégusté de la soupe et de la salade de fruit.

. Dans une faculté:plus de 100 étudiants ont cuisiné puis dégusté un curry de légumes, des frites de patates douces, une purée de courges butternut et une salade de fruit, soit l'équivalen d'environ 150 kg de produits, destinés au rebut par les vendeurs et producteurs du territoire.

2 coursde cuisine : une vingtaine d'apprentis cuisiniers ont suivi ces cours (9h à 13h) pour apprendre des conseils et acquérir des réflexes pour réduire le gaspillage alimentaire en cuisine.

7 magsins et producteurs ont fournis le SIOM en fruits et légumes pour la réalisation des animations.

En 2013, la production des ordures ménagères est de 236 kg/hab/an.

Résultats qualitatifs :

Pour les cours de cuisine : les participants ont pu repartir avec un dépliant récapitulant les idées et recettes anti-gaspillage. Selon le questionnaire de satisfaction, tous les participants ont apprécié le cours. 5 personnes souhaiteraient à leurs tours réaliser des rencontres pour donner des conseils anti-gaspillage.

Pour **la Fac** : cette animation a été l'occasion d'apprendre aux étudiants comment cuisiner un bon^dîner en vidant son frigo, en mutualisant les ressources, en utilisant les fruits et légumes abîmés, tout en les sensibilisant au gaspillage alimentaire. Les étudiants ont participé activement à l'opération en épluchant les fruits et légumes mis à disposition. En paralèlle, un document "Global gâchis a été diffusé ainsi qu'un jeu de reconnaissance a été proposé.

Cette animation a également été l'occasion de faire connaître les 2 associations étudiantes qui ont aidé le SIOM à l'organisation de l'animation. De plus elle a permise aux étudiants des logements étudiants de se rencontrer.

Pour le marché : Les passants et les commerçants étaient très curieux d'oberver l'animation. Le message de lutte contre le gaspillage alimentaire a été largement diffusé, quelques personnes ont aidé à l'épluchage et qui leur ont permis de comprendre qu'un fruit et un légume abîmé pouvait en partie être récupérer et cuisinier.

Concernant les animation en GMS, la variété des animations proposées a permis de faire émerger une réflexion globale sur le gaspillage alimentaire et les moyens de le limiter. Le défi « Attention, dates limites ! » a rencontré un vif succès : le public était conscient, la plupart du temps, qu?il était possible de dépasser les dates, mais ne savait ni comment ni pourquoi. En les invitant à retrouver les dates de « péremption » de différents aliments de base (œufs, fromage, jambon, beurre, chips...),

L?animation a permis à tous de faire la distinction entre la DLC (date limite de consommation) et DLUO (date limite d4utilisation optimale) et de découvrir les caractéristiques de chacune. Plusieurs personnes ont d'ailleurs souhaité repartir avec un « mémo », pour eux-mêmes mais surtout pour convaincre des proches "à cheval" sur les dates.

?

MISE EN OEUVRE

Planning:

Mai-Juin : rencontre des supemarchés

Juillet : Lancement du marché pour répondre aux 3 prestataions : séances de coaching, cours de cuisine et évènement culinaires type "disco-soupe"

Septembre : contact des communes pour réaliser les actions

Octobre: préparation des supports de communication

Novembre et Décembre : Réalisation des animations

Année principale de réalisation:

2013

Moyens humains :

le SIOM

les 2 prestataires en charge des animations

les 2 communes ayant accueillies les animations

2 associations étudiantes pour l'organisation de l'animation de la fac

les 3 GMS ayant accueillies les animations de coaching

les partenaires qui ont donné des produits : ferme de Trubuil, Intermarché, simply market, ...

Moyens financiers :

9580 € ont permis à mettre en oeuvre ses actions. permettant de notamment de payer les prestations et les supports de communications.

Moyens techniques :

Des moyens techniques ont été nécessaire à l'élaboration des actions : table, chaises, création de banderolles, totem pour informer les clients des GMS aux animatons, des affichages pour l'évènement culinaire de la faculté, etc

Partenaires moblisés :

L'élaboration de ces actions a été possible grâce aux soutiens de nos partenaires.

5 partenaires ont donné des poduits invendus : pain, fruits et légumes.

2 associations ont participé à l'organisation de l'animation à la faculté

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Cette opération est reproductible sur tous les territoires. Les évènements seront à adapter suivant le lieu et les participants.

Le SIOM va poursuivre et renforcer ces animations en 2014. Elles seront poursuivies jusqu'en 2016.

Difficultés rencontrées :

Le fait que ces animations (cours de cuisine et évènements culinaires festifs type disco-soupe) soient faites à partir de fruits et légumes récupérés via un réseau de partenaires attire l'attention des participants et renforce le message. La cohérence de l'action rend le message plus fort.

Recommandations éventuelles:

La réussite de ses animations passe notamment par :

. une communication préalable et adaptée de ces évènemens

. la mobilisation des partenaires

. la création d'un réseau afin d'avoir des relais sur le territoire

Type de programme :
Programme Local de Prévention

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.