

# Le précieux marché des aliments périmés

Les surplus alimentaires intéressent des entreprises, qui se spécialisent dans la commercialisation des invendus. Une manière, parfois controversée, de lutter contre le gaspillage. *Par Peggy Frey*

**L**e chef étoilé italien Massimo Bottura, dont le restaurant de Modène a été sacré meilleure table du monde en juin dernier aux *50 Best*, n'aime pas jeter. Goutte d'eau dans l'océan du gaspillage alimentaire, son association Food for Soul récupère des tonnes de nourriture périmée ou invendue lors de grands événements. En 2015 à l'Exposition universelle de Milan, aux Jeux olympiques de Rio l'été passé, ses restaurants éphémères proposent une cuisine à base de restes. Une manière de satisfaire les papilles, tout en faisant le plaidoyer du gaspiller moins en consommant durable et responsable.

En Suisse, un tiers des aliments finit à la poubelle, soit plus de 2 millions de tonnes de nourriture par an! Pour lutter contre ce problème de société, «la Belgique, la France et d'autres pays ont légiféré et adopté des lois interdisant aux grandes surfaces de jeter de la nourriture ou de rendre leurs invendus impropres à la consommation», communique Pierrette Rey, porte-parole du WWF. En achetant trop de nourriture et en jetant les restes de repas copieux, «les ménages sont responsables de 45% de ce gâchis et se débarrassent très facilement de produits qui restent consom-

mables, même après leur date limite de vente», souligne Laura Robinson, porte-parole de l'organisation de lutte contre le gaspillage Foodwaste.ch.

Gouvernance, développement respectueux de l'environnement, économie circulaire où les résidus d'un secteur peuvent être recyclés et servir à produire pour

**«En Suisse, un tiers des aliments est jeté par an, soit 2 millions de tonnes de nourriture.»**

d'autres branches, ces approches durables donnent une valeur aux aliments déclassés qui intéressent de nouveaux acteurs.

## **Caritatif, associatif, voire lucratif**

Classiquement, la seconde vie des invendus commence dans le caritatif, où de nombreuses associations récupèrent les surplus de l'agroalimentaire et de la grande

distribution pour les redonner aux populations démunies. Parmi d'autres, Table Suisse collecte annuellement 4000 tonnes d'aliments destinés à des foyers sociaux, des centres pour requérants d'asile et des points de partage. «Depuis quinze ans, notre objectif n'a aucune visée commerciale, explique Baptiste Marmier, responsable de l'organisation pour Vaud-Neuchâtel. Si les surplus sont indispensables à l'action sociale, nous sommes loin d'absorber la totalité des produits condamnés à être jetés. L'arrivée de nouveaux acteurs dans la lutte contre le gaspillage n'est pas une concurrence pour nous. Au contraire, ils peuvent contribuer à réduire le gâchis.»

Certains de ces nouveaux acteurs n'ont pas de but lucratif. A Neuchâtel, l'association Alternative étudiante durable (AED) fait du non-gaspillage un style de vie. «Deux fois par semaine depuis 2013, nous collectons localement des aliments pour les redistribuer au sein de l'université. Au départ, notre démarche attirait surtout des étudiants; aujourd'hui, un public beaucoup plus large vient se servir en invendus», témoigne Clémentine Künzler, membre fondateur et secrétaire de l'AED. Ce n'est pas uniquement la gratuité qui attire ces consommateurs. Pour certains, ►



**Xavier Ballansat.** Vendre les invendus des boulangeries à prix cassé? Le business model d'une start-up à Zurich.

## Miser sur le «frais de la veille»

En commercialisant les invendus de la boulangerie, l'enseigne fribourgeoise Äss-Bar se veut durable et intègre l'économie circulaire.

Lancé par quatre Zurichois en 2013, le concept du Äss-Bar – jeu de mots sur le terme germanique «essbar» pour mangeable – lutte contre le gaspillage alimentaire en proposant à la revente des denrées issues des invendus de la boulangerie. Depuis avril dernier, Xavier Ballansat dirige l'entreprise Äss-Bar Romandie. Après l'ouverture de l'enseigne fribourgeoise en juillet, il espère développer la franchise dans toute la Suisse romande. «Dans notre magasin, comme l'explique notre slogan «frais de la veille», nous revendons du pain, des viennoiseries, des pâtisseries et des sandwiches à moitié prix, le lendemain de leur fabrication. Ces produits sont récupérés avec un véhicule réfrigéré chez 12 partenaires boulangers fribourgeois et vaudois.»

Pour assurer sa viabilité sur le long terme, le concept Äss-Bar répond aux critères économiques d'une entreprise. «Notre activité se veut financièrement autosuffisante. Contrairement aux initiatives caritatives, notre modèle ne repose pas sur les dons, les subventions ou le travail bénévole. Notre action ne concurrence pas le travail des associations qui redistribuent gratuitement de la nourriture.» Cette différence d'objectif se constate au niveau de la clientèle. Si le caritatif s'adresse plutôt à des personnes dans le besoin, les consommateurs qui poussent la porte du Äss-Bar achètent majoritairement des invendus par principe. «Nos clients ont souvent une conscience écologique et cherchent à moins gaspiller. Ils surveillent les produits qu'ils consomment, nous ques-

tionnent sur nos objectifs de durabilité et adhèrent à notre concept par conviction. D'autres clients viennent pour le prix et enfin, certains ne se rendent même pas compte qu'ils consomment des produits de la veille!» A Fribourg, le Äss-Bar emploie six personnes à temps partiel. «Pour nos partenaires, ce service est gagnant-gagnant et apporte un plus à leur activité. En contrepartie de leurs denrées, nous les débarrassons gratuitement de leurs stocks, nous leur offrons une visibilité supplémentaire pour leurs produits et un intéressement à notre chiffre d'affaires.» Récemment, le concept se base sur la confiance et semble fonctionner à Fribourg où la demande excède l'offre. Sous peu, Äss-Bar pourrait même faire appel à de nouveaux partenaires.



**Recyclage.** L'association fribourgeoise Frùtile recycle des fruits condamnés en confitures.

## Une seconde vie pour les fruits

Le recyclage des surplus alimentaires fleurit dans les associations. Certaines n'excluent pas une réorientation commerciale.

*Fruits en trop ou fruits pas beaux, l'association fribourgeoise Frùtile milite contre le gaspillage alimentaire. Son créneau: recycler ces denrées périssables condamnées en les transformant en confitures. «Des magasins locaux nous donnent des fruits invendus ou non conformes à la vente, mais parfaits pour faire de la confiture, précise Karin Mader, présidente de cette association à but non lucratif. Comme nous sommes toutes des personnes bénévoles, les marges générées par la vente de nos produits servent à financer nos campagnes de sensibilisation, ou sont reversées à des organisations caritatives.» A l'avenir, la présidente de Frùtile n'exclut pas de glisser vers le modèle de l'entreprise. «Nous sommes déjà*

*inscrits au registre du commerce pour pouvoir vendre nos produits. Avoir une approche plus commerciale donnerait une autre dimension à notre projet: il faudrait produire davantage et trouver de nouveaux points de vente pour devenir un business viable et salarier des employés.» Parmi d'autres options, cette possibilité ferait glisser l'association dans le giron prometteur des start-up de l'économie circulaire. «Ce qui est important, c'est de réutiliser des ressources existantes plutôt que d'en employer toujours de nouvelles, et cela indépendamment du modèle d'affaires. Pour notre action militante, ce n'est pas déterminant, si une organisation engagée dans l'économie circulaire est à but lucratif ou non lucratif.»*

► consommer des invendus relève de l'acte militant: ils sont prêts à payer ces produits. Une multitude de projets à visée commerciale et durable se glissent dans cette niche de la réutilisation des denrées, du recyclage et de la revente de surplus.

### Promouvoir l'économie circulaire et durable

Rayon supermarché, l'enseigne danoise WeFood vend uniquement des produits périmés et mal emballés. Après avoir surmonté les obstacles administratifs, ce magasin de Copenhague propose ses denrées avec des rabais de 30 à 50% par rapport aux autres supermarchés. En France, l'application OptiMiam géolocalise les invendus des commerçants partenaires et les propose en promotion. Un peu partout, mais plus encore dans les pays riches grands pourvoyeurs de déchets, les produits déclassés servent, se recyclent, finissent sur les tables de restaurants alternatifs ou sur les étals de marchés parallèles aux réseaux commerciaux classiques. Certains producteurs écoulent aussi leurs denrées hors normes par le biais de la vente directe. Pour ces start-up de l'économie circulaire, les produits périmés deviennent les moteurs d'un marché en pleine expansion.

En Suisse aussi, plusieurs entreprises se développent dans ce secteur. Ainsi le Äss-Bar commercialise les invendus de boulangerie à moitié prix. «Après trois ans d'exercice, le succès des magasins allemands montre que le concept est économiquement viable», se réjouit Xavier Ballansat, directeur de l'enseigne fribourgeoise, premier magasin romand de la chaîne (*lire encadré*). Mais dans ces start-up d'un nouveau genre, le succès n'est pas toujours au rendez-vous. Ainsi, le Buffet Dreieck, qui élaborait ses plats à partir de surplus, vient de fermer ses portes à Zurich. «Nous n'avons pas réussi à atteindre l'équilibre économique», constate Rosmarie Schaub, responsable du restaurant. Sortir des circuits d'approvisionnement classique et cuisiner des produits hors normes prenait plus de temps et demandait davantage d'investissements humains et matériels. «En proposant des menus à prix très bas, pour atteindre la rentabilité, il aurait fallu limiter les dépenses salariales ou faire appel à des emplois subventionnés.»

En parallèle à ces projets, la grande distribution veut aussi tirer son épingle du jeu et se positionne dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Depuis 2013, avec sa marque Unique, la Coop vend des fruits et légumes mal calibrés ou considérés comme laids, dans bon nombre de ses magasins. En 2014, l'enseigne a ainsi commercialisé plus de 180 tonnes de carottes et 36 tonnes de poires invendables en rayon.

### 93% des Suisses intéressés

Le comportement d'achat des consommateurs contribue aussi au gaspillage. Exemple, la boulangerie: «Autrefois, un boulanger avait des habitués et pouvait ajuster sa production, estime Xavier Ballansat. Aujourd'hui, le comportement de consommation est beaucoup plus volatil: les gens apprécient l'achalandage varié jusqu'à la fermeture et achètent de manière plus spontanée.» Difficile alors d'évaluer et de prévoir sa production sans gaspiller. Paradoxe de cette société consumériste,



«Pour éviter le gaspillage, 93% des Suisses accepteraient des aliments déclassés.»

**Barbara Pfenniger**  
Responsable alimentation FRC

où la surproduction est aussi incitée par le prix bas de l'alimentation, les consommateurs sont loin d'être rebutés par les invendus. D'après une analyse de l'Office fédéral de l'environnement, comme le rappelle Barbara Pfenniger, responsable alimentation à la Fédération romande des consommateurs, «pour lutter contre le gaspillage, 93% des consommateurs suisses se disent prêts à consommer des produits déclassés, à condition d'être bien informés sur leur qualité.» Le potentiel économique des surplus alimentaires et du recyclage des denrées s'annonce prometteur, mais parfois critiquable. Il ne faudrait pas maintenir des niveaux de production élevés pour répondre à des comportements ultraconsoméristes, ou en espérant écouler les surplus sur les marchés émergents des invendus. Si ces nouveaux modèles d'affaires répondent à des changements sociétaux et sont utiles, le recul du gaspillage alimentaire et une production en adéquation avec la demande restent les objectifs. ■

Publicité

2017  
LeaderTrainings ASC  
Des formations compactes et efficaces

**Nos offres de formation continue ont un objectif fondamental: vous faire avancer.**

Les LeaderTrainings ASC sont des séminaires orientés sur la pratique qui abordent des thèmes relatifs à la conduite et au management et offrent aux participants de nouveaux points de vue, de nouvelles approches pouvant être immédiatement appliqués.

**Prochains LeaderTrainings ASC:**

**Sécurité de vos données: 11 dangereuses idées reçues. Et leurs remèdes.**

Mardi 7 février 2017 - 17h30 à 21h00 - Lausanne

**Le management décalé**

Jeudi 16 mars 2017 - 18h30 à 20h30 - Neuchâtel

**Mettez de l'innovation dans votre management**

Mardi 28 mars 2017 - 18h30 à 20h30 - Fribourg

**Un groupe forme-t-il une équipe?**

Jeudi 27 avril 2017 - 18h30 à 20h30 - Martigny

**Le leadership distribué**

Jeudi 11 mai 2017 - 18h30 à 20h30 - Genève

**Dialogue: Le harcèlement psychologique et sexuel**

Mardi 30 mai 2017 - 18h00 à 21h00 - Saint-Sulpice

Renseignements et inscriptions:  
[www.cadres.ch/manifestations](http://www.cadres.ch/manifestations)  
ou par mail [info@cadres.ch](mailto:info@cadres.ch)



[www.cadres.ch](http://www.cadres.ch)



Le centre de compétences pour les cadres

Photos: J.L. Barmaverain, DR