

VAZ Emma

Précarité et écologie : analyse des tensions
potentielles au sein de la lutte contre le gaspillage
alimentaire à travers une enseigne de grande
distribution en France.

Mémoire de Master 1 Solidarités - 2019

Sous la direction d'Anne Pfersdorff

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes chaleureux remerciements à tous ceux qui m'ont aidée à la réalisation de ce mémoire :

Tout d'abord merci à ma directrice de mémoire Anne Pfersdorff qui m'a guidée et soutenue tout au long de la réalisation de mon mémoire.

Merci également à Jordi Utgé-Royo, responsable des partenariats chez Eqosphere pour m'avoir aiguillée et conseillée pour mon sujet de mémoire ainsi que Clothilde Schreiber, chargée de compte Leader Price, pour son écoute, son aide et sa bienveillance.

Enfin, je tenais à remercier Bertille de Saint Vincent et Léa Lizut, mes camarades de classe pour leurs conseils et leur soutien.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	
I. Contexte.....	1
A. Contexte théorique de l'opposition faite entre lutte environnementale et lutte sociale	1
1) <i>opposition entre préoccupations environnementales et sociales : pensées de socialistes.....</i>	<i>1</i>
2) <i>Les dégradations environnementales : facteur de renforcement des inégalités sociales.....</i>	<i>3</i>
3) <i>Les inégalités sociales : facteurs d'aggravation de la crise écologique et frein à la transition écologique.....</i>	<i>4</i>
4) <i>Les gilets jaunes : mise en relief de la fracture française entre urgence sociale et écologique.....</i>	<i>5</i>
B. Le gaspillage alimentaire et sa lutte au sein de la grande distribution.....	8
1) <i>Le gaspillage alimentaire : un scandale éthique, environnemental et économique.....</i>	<i>8</i>
i. Un scandale éthique	9
ii. Un gâchis économique	9
iii. Un coût environnemental conséquent.....	9
2) <i>La lutte contre le gaspillage alimentaire en France, de quoi parle-t-on ?.....</i>	<i>10</i>
i. Le Pacte National de la lutte contre le gaspillage alimentaire : un engagement national.....	10
ii. Les entreprises françaises spécialisées dans la lutte contre le gaspillage alimentaire	11
iii. L'aide alimentaire en France : acteurs de premier plan dans la lutte contre le gaspillage alimentaire	11
3) <i>La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution.....</i>	<i>13</i>
i. La grande distribution : un des principaux générateurs de gaspillage.....	13
ii. La loi Garot : interdiction de jeter pour la grande distribution	13
4) <i>La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution : une démarche de développement durable ?</i>	<i>16</i>
i. Le développement durable : allier dimension sociale, écologique et économique	16
ii. Le développement durable en entreprise : la responsabilité sociale des entreprises.....	17

iii. Revalorisation des invendus alimentaires : La grande distribution vers une démarche de développement durable ?	18
---	----

II. Démonstration des tensions entre lutte environnementale et lutte sociale au sein de la lutte contre le gaspillage alimentaire à travers une enseigne de grande distribution.....21

A. Application Too Good To Go : exemple d'une solution de valorisation d'inventus alimentaires à finalité environnementale utilisée par la grande distribution.....	21
1) <i>Une application mobile pour lutter contre le gaspillage alimentaire.....</i>	21
2) <i>La réduction du gaspillage alimentaire comme unique objectif contrairement au don</i>	22
3) <i>Too Good To Go : une solution mobile qui affirme être complémentaire au don..</i>	23
B. Enquête sur l'utilisation de l'application Too Good To Go chez Leader Price ainsi que son impact sur l'approvisionnement des associations partenaires d'Eqosphere.....	24
1) <i>Entretiens avec Leader Price et associations partenaires : quel équilibre entre Too Good To Go et le don ?.....</i>	25
i. Questionnaire de satisfaction auprès des associations partenaires.....	25
ii. Entretiens téléphoniques auprès des magasins Leader Price, gérés par Eqosphere	28
ii. Entretiens téléphoniques avec les associations : quel impact sur leur approvisionnement depuis la mise en place des paniers Too Good To Go ?	36
2) <i>Mise en perspective de l'avenir de l'aide alimentaire en France</i>	43
i. Le Fonds social d'aide aux plus démunis : une aide précieuse pour l'aide alimentaire française menacée à l'horizon 2021	43
ii. La grande distribution : une source d'approvisionnement indispensable pour l'aide alimentaire	45
iii. L'avenir de l'aide alimentaire en danger : va-t-on vers une augmentation de la précarité alimentaire ?	46

III. Converger lutte environnementale et sociale : une nécessité pour une transition écologique effective et acceptable48

A. L'indissociabilité de la lutte environnementale et sociale : l'actualité le montre	48
1) <i>Le pacte du pouvoir de vivre : une initiative politique pour allier transition écologique, justice sociale et lutte contre les inégalités</i>	49

2) <i>La marche pour le climat et la justice sociale : une initiative citoyenne où l'écologie et le social vont de pair</i>	50
B. Des solutions politiques et économiques qui allient enjeux sociaux et enjeux environnementaux	50
1) <i>La lutte contre la précarité énergétique : exemple de politique alliant urgence écologique et précarité sociale</i>	50
2) <i>Initiatives alliant enjeux environnementaux et sociaux : de la mobilité à l'alimentation</i>	52
i. Une mobilité qui laisse peu d'empreinte	52
ii. Alimentation : de la consommation à la revalorisation, des initiatives solidaires et bonnes pour la planète	53
3) <i>La revalorisation des invendus alimentaire en grande distribution : la nécessité de mettre en place cette convergence</i>	54
 CONCLUSION.....	 56
BIBLIOGRAPHIE	57

INTRODUCTION

Ecologie et précarité sociale, deux enjeux sociétaux considérables de notre siècle. Souvent traités séparément et différenciés, cette divergence mène à des tensions. On l'observe tout particulièrement en France, ces derniers mois, avec la levée de mouvements sociaux dénonçant la fiscalité écologique mise en place par le gouvernement se traduisant par montée des prix du carburant au détriment de la prise en considération de la précarité budgétaire de beaucoup de français. Cette tension entre lutte environnementale et lutte sociale est particulièrement présente à travers la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution. En effet, les récentes évolutions législatives sur le gaspillage alimentaire ont fait naître des discordes entre des solutions de revalorisation d'invendus alimentaires ayant uniquement un impact positif sur l'environnement et d'autres, qui ont un impact à la fois social et environnemental. Travaillant dans une entreprise sociale qui propose des solutions de revalorisation des invendus alimentaires et étant responsable du dispositif de don alimentaire d'une quarantaine de magasins Leader Price, je suis souvent en contact avec les associations de solidarités qui bénéficient de don auprès de la grande distribution. Ce sont mes échanges quotidiens avec les associations et le fait d'être plongée dans l'écosystème de la lutte contre le gaspillage alimentaire qui a cheminé mon interrogation face à ce sujet. Face à un enjeu écologique et économique résidant dans le gaspillage alimentaire, quel est la place du social ? A travers ce mémoire, je souhaite m'intéresser aux tensions potentielles entre lutte contre la précarité sociale à travers l'aide alimentaire et la lutte écologique au sein de la grande distribution, au travers d'une question suivante : En quoi l'évolution récente de la lutte contre le gaspillage alimentaire fait ressortir des tensions entre lutte contre la précarité et lutte environnementale ? A travers ce mémoire, je souhaite démontrer qu'il faille répondre à la fois aux urgences sociales et aux défis climatiques pour entamer une transition écologique efficace et juste.

Dans une première partie, nous allons contextualiser les oppositions faites entre lutte environnementale et lutte sociale et nous présenterons ensuite le gaspillage alimentaire et ses enjeux. En deuxième partie, nous démontrerons les tensions existantes au sein de la lutte contre le gaspillage alimentaire à travers une enquête menée auprès d'une enseigne de distribution. Enfin, nous terminerons par exposer la

nécessité d'une convergence entre enjeux sociaux et enjeux environnementaux dans la lutte contre le gaspillage alimentaire en grande distribution afin d'entamer une transition écologique effective et acceptable par tous.

I. Contexte

A. Contexte théorique de l'opposition faite entre lutte environnementale et lutte sociale

1) ***opposition entre préoccupations environnementales et sociales : pensées de socialistes***

Historiquement, les enjeux écologiques et les enjeux sociaux ont souvent été étudiés de manière à part, en étant souvent mis en opposition. La revue "*les inégalités écologiques et sociales : l'apport des théories de la justice*"¹ écrite par Fabrice Flipo en 2009, parle des études sur les inégalités sociales et écologiques en termes de théorie de la justice. Pour cette revue littéraire, j'ai décidé de m'intéresser à la partie *des tensions fortes avec la justice sociale, (page 68)* qui met en exergue le fait que beaucoup de théories sociales ont ignoré l'écologie et inversement. Par exemple, pour certains socialistes comme Léon Walras, l'écologie n'est pas considérée au sein du mouvement socialiste. Selon "*human exemptionalism paradigm*", ce n'est pas dans la nature de l'homme de se sentir concerné "*par les régulations écologiques qui régissent le comportement des autres espèces dans leur milieu.*"²

D'autres philosophes et théoriciens sociaux ont aussi négligé l'écologie dans leurs études. C'est le cas, de Paul Ricoeur, et Emmanuel Lévinas qui ont négligé les écosystèmes et les animaux, considérant que l'homme était supérieur, et n'était pas un animal comme les autres. Selon, eux considérer l'homme au même niveau que les animaux ou les écosystèmes remettrait en cause l'humanisme. De manière générale,

¹Fabrice Flipo, "les inégalités écologiques et sociales : l'apport des théories de la justice", dans *Mouvements* (n° 60), pages 59 à 76, 2009, *Cairn.info [en ligne]*, [consulté le 14/03/2019]. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2009-4-page-59.htm>

² R.E. Dunlap, 1978 *ibid* p.25

les mouvements socialistes ont vu la protection de l'environnement d'un mauvais œil, étant persuadés qu'il s'agissait d'une lutte mensongère, voir "malthusienne" défendu par la classe exploitante afin de protéger leurs rentes tout en faisant croire que leur combat était justifié par la rareté des ressources. Les débats étaient donc tendus entre les partisans de la protection de la nature, et ceux qui défendaient la protection de l'homme.

Du côté de la lutte écologique au détriment de la lutte sociale, l'article établit une critique de l'utilitarisme écologique. L'utilitarisme est une doctrine philosophique qui place l'utilité comme principe moral en insistant sur le fait qu'il faille considérer le bien-être collectif plutôt que le bien-être individuel. Il s'agit d'une éthique qui doit s'appliquer à chaque individu, ainsi qu'à la politique et au domaine social.³

L'utilitarisme écologique, serait donc l'utilitarisme appliqué aux enjeux environnementaux. L'article met en avant le fait que l'utilitarisme politique ignore les inégalités sociales, puisqu'elle traite tous les consommateurs de manière égale. En effet, l'utilitarisme écologique va considérer les consommateurs comme égaux, sans mesurer les spécificités individuelles. Il va pousser les consommateurs à mieux consommer pour le bien-être collectif et de la planète, de manière plus responsable, sans tenir compte du fait que des consommateurs au pouvoir d'achat restreint ne pourront se permettre d'acheter ces produits. L'utilitarisme écologique est donc typiquement une doctrine qui va exclure les consommateurs au faible pouvoir d'achat, les excluant ainsi de la lutte écologique. Cette philosophie est un des exemples qui montre que l'écologie ignore le social.

³ L'utilitarisme, *Wikipédia* [en ligne], [consulté le 16/03/2019]. Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Utilitarisme>

2) Les dégradations environnementales : facteur de renforcement des inégalités sociales

Les inégalités sociales se définissent comme *“des différences entre individus ou groupes sociaux portant sur des avantages ou des désavantages dans l'accès à des ressources socialement valorisées.”*⁴ Ces ressources socialement valorisées varient selon le type de société. Dans les sociétés occidentales, qui valorisent l'activité économique et la richesse, les inégalités sociales vont être mises en exergue une partie sous la forme d'inégalités économiques (inégalités de revenus par exemple). Mais les inégalités sociales ne se limitent pas aux inégalités économiques, elles touchent aussi la santé, le travail, etc.

Une étude de Terra Nova, association française qui propose et diffuse des politiques innovantes et progressiste, a montré que les enjeux écologiques et sociaux étaient liés et interagissent mutuellement.⁵ En effet, les dégradations environnementales renforcent les inégalités sociales puisque ce sont les populations les plus précaires qui sont le plus touchées par les dérèglements climatiques alors qu'elles en sont les moins responsables. Les pays les plus riches sont responsables de la majorité des émissions de gaz à effet de serre, soit 70% de l'accumulation des gaz à effet de serre depuis l'ère industrielle.

Au sein même de ces pays développés, ce sont les ménages les plus pauvres qui subissent le changement climatique.⁶ Les dommages écologiques sont donc fortement liés aux questions d'inégalités. En France, un rapport du Conseil Economique Social et Environnemental a établi le fait que les catégories sociales les plus riches polluent plus du fait de leur pouvoir d'achat élevé. Ainsi, en France, *“la consommation des 20% des ménages les plus modestes*

⁴ SES.Webclass [En ligne], [consulté le 16/03/2019]. Disponible sur : <http://ses.webclass.fr/notion/inegalites-sociales>

⁵ Agnès Michel, Clélia Marty, Esther Finidori, Florian Mayneris, Pierre Musseau “Pour une politique sociale-écologique : protéger l'environnement et réduire les inégalités”, *Terra Nova* (2014) [en ligne], [consulté le 13/04/2019]. Disponible sur : <http://tnova.fr/etudes/pour-une-politique-sociale-ecologique-protger-l-environnement-et-reduire-les-inegalites>

⁶ Céline Guivarch « le changement climatique impacte la lutte contre les inégalités », ID4D (2018) [en ligne], [consulté le 15/03/2013]. Disponible sur : <https://ideas4development.org/changement-climatique-inegalites/>

*représente 11% des émissions de CO2 alors que celle des 20% des ménages les plus aisés est responsable de 29% des émissions.*⁷

Selon la Revue Projet, revue réalisée par de nombreuses organisations non gouvernementales et associations françaises, les médias, le gouvernement met souvent en opposition les enjeux de justice sociale et de préservation de l'environnement, ce qui est une erreur puisque ces enjeux sont liés. Nous verrons dans la troisième partie de ce mémoire, qu'il est possible et nécessaire de lier enjeux écologique et enjeux sociaux pour mettre en marche une transition écologique acceptable par tous et effective. (cf p.49)

3) Les inégalités sociales : facteurs d'aggravation de la crise écologique et frein à la transition écologique

Selon la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme, *«les inégalités sociales créent une polarité qui fige l'économie et freine la transition.»*⁸

En effet, la situation de pauvreté représente un frein au développement de modes de consommations et de productions plus respectueux de l'environnement. Les produits issus d'une production alternative, comme les produits issus de l'agriculture biologique ont des coûts trop élevés pour les ménages les plus modestes les rendant ainsi inaccessibles. Ainsi, ils n'ont accès qu'à des biens de consommation alimentaire à bas coûts mais qui ont été produits dans des conditions écologiques et sociales contestables. Les produits respectueux de l'environnement étant seulement accessibles à une fraction minime de la société française, ils ne se développent ainsi pas.

La rénovation énergétique des logements pour réduire la consommation d'énergie est aussi difficile d'accès pour les ménages modestes n'ayant pas les moyens de tels investissements. *« Vivre dans la pauvreté ou l'extrême pauvreté, c'est avant tout être privé de la possibilité de faire des choix. C'est être forcé de vivre dans des lieux insalubres, à l'étroit, ou même sans domicile. C'est être forcé*

⁷ Ibid

⁸ « Ecologie et inégalités », Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et pour l'Homme (2016) [en ligne], [consulté le 17/03/2013]. Disponible sur : <http://www.fondation-nature-homme.org/magazine/ecologie-et-inegalites/>

de ne pas pouvoir opter pour une alimentation plus saine, pour des déplacements et des moyens de transport ou de chauffage qui respecte l'environnement."⁹ Cependant, nous verrons dans la deuxième partie de ce mémoire que, dans le cas de la lutte contre la précarité énergétique, des solutions ont été mises en place par le gouvernement pour accompagner les ménages précaires dans la rénovation de leurs bâtiments, alliant ainsi urgence écologique et prise en compte de la précarité sociale.

Pour en revenir aux inégalités sociales, on observe que les diverses solutions écologiques pour lutter contre le réchauffement climatique apparaissent comme vecteur de division entre les classes sociales aisées et les classes plus modestes puisqu'elles ne sont pas accessibles à tous (rénovation des bâtiments, consommation de produits biologiques, etc). Ces inégalités face à l'écologie entraînent des comportements qui relèvent de l'ostentation. En effet, des études psychologiques menées par l'économiste Thorstein Veblen, ont démontré que les inégalités étaient vecteur de frustration et d'envie engendrant ainsi une course vers une consommation démesurée, à caractère ostentatoire qui est source de gaspillage.

Cette tension à court terme entre enjeux sociaux et environnementaux freine donc la mise en place de politiques environnementales pour accélérer la transition écologique.

4) Les gilets jaunes : mise en relief de la fracture française entre l'urgence sociale et l'urgence écologique

Selon Eloi Laurent, le mouvement des Gilets Jaunes est la première révolte sociale-écologique de la société contemporaine française.¹⁰ En effet, les

⁹ Loïc Chauveau, « Quand le réchauffement climatique accentue les inégalités sociales » *sciences et avenir*, cité par *ATD Quart Monde (2016)* [en ligne], [consulté le 17/03/2013]. Disponible sur : https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/climat/quand-le-rechauffement-climatique-accentue-les-inegalites-sociales_105226

¹⁰ Eloi Laurent cité par, Anne-Cécile Bras, « Le mouvement des « gilets jaunes » est la première révolte sociale écologique », *Les Voix Du Monde* [en ligne] [consultée le 25/04/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/debats/2018/11/23/gilets-jaunes-partageons-l-ecologie_1693789?xtor=rss-450

revendications des Gilets Jaunes font suite à l'augmentation de la taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques (TICPE) de l'État entraînant la hausse des prix du carburant censée financer la transition écologique. Les Gilets Jaunes ont manifesté leur révolte face à cette augmentation des taxes qu'ils qualifient d'injuste. En effet, ils jugent les pétroliers ou les grandes industries comme les plus grands émetteurs de pollution, et ne comprennent pas cette augmentation qui impacte grandement leur pouvoir d'achat.

Le gouvernement a voulu mettre en place une taxe carbone pour financer la transition écologique, sans prendre en compte la fracture sociale présente en France, avec une disparité des revenus existante au sein de la population. La volonté de mettre en place cette augmentation des taxes est révélatrice du fait que le gouvernement ait voulu imposer une transition écologique sans prendre en compte les inégalités sociales et les conséquences de cette hausse des prix sur les revenus les plus modestes. Cette décision met donc en relief la fracture perceptible entre l'urgence écologique et l'urgence sociale qui existe dans les politiques françaises.

Le mouvement des Gilets Jaunes illustre donc bien cette fracture entre les deux enjeux qui est massivement communiquée par les médias et les politiques. Selon Libération, *“l'écologie est désormais une des plus terribles fractures française, alors que même les citoyens n'ont jamais été aussi conscients de l'urgence environnementale.”*¹¹

Philippe Vion-Dury, journaliste spécialiste des questions de société, met en avant le fait que la réconciliation entre justice sociale et écologie est un travail qui vient seulement de commencer, victime d'anciennes fractures entre le social et l'écologie dont il est difficile de s'extraire. Le mouvement des Gilets Jaunes révèle, en effet, le fait qu'une politique écologique peut potentiellement être injuste, inégalitaire et punitive, comme la prouver la volonté de mise en place

¹¹Mehdi Ouraoui « Gilets Jaunes : partageons l'écologie », *Libération* (2018) [en ligne], [consulté le 20/03/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/debats/2018/11/23/gilets-jaunes-partageons-l-ecologie_1693789?xtor=rss-450

d'une taxe carbone. Côté luttes sociales, Philippe Vion-Dury montre que la population n'est pas prête à ce qu'une politique écologique soit prioritaire au détriment de la justice sociale. *“Vous voulez demander à ceux qui appréhendent la fin du mois de s'inquiéter de la fin du monde ?”*¹² Côté lutte écologique, les partisans ne peuvent ignorer que les revendications de certains Gilets Jaunes, souvent réduite à l'augmentation de leur pouvoir d'achat, entrent en contradiction avec leur volonté de changement profond de la société de consommation pour aller vers des modes de vie plus sains et responsables.

Cette partie était importante pour mettre en avant le fait que plusieurs philosophes et théoriciens sociaux ont toujours opposés ou étudiés de manière à part les enjeux sociaux et environnementaux de nos sociétés. L'actualité montre que cette disparité entre ces deux enjeux est toujours présente en France, comme on a pu le voir avec le mouvement des Gilets Jaunes.

Nous allons désormais, dans une seconde sous-partie, démontrer l'existence de ces tensions entre préoccupation environnementale et lutte contre la précarité au sein de la lutte contre le gaspillage en France, à travers l'exemple d'une enseigne de grande distribution.

¹² Parole de manifestants, cité par Philippe Vion-Dury, ? “La justice sociale : nécessaire, mais insuffisante”, *Fin du monde, fin du mois, même combat. Socialter*, n°34, avril-mai 2019, n°34, p.18-19

B. Le gaspillage alimentaire et sa lutte au sein de la grande distribution

1) *Le gaspillage alimentaire : un scandale éthique, environnemental et économique*

Le gaspillage alimentaire désigne « *Toute nourriture destinée à la consommation humaine, qui, à une étape de la chaîne alimentaire est perdue, jetée, dégradée.* »¹³ Le gaspillage alimentaire est à ne pas confondre avec les “déchets alimentaires” qui eux, représente les déchets inévitables tels que les coquilles d’œufs, ou encore les peaux de bananes.

Aujourd’hui, dans le monde, 1/3 de la production alimentaire mondiale nourriture est jetée, ou perdue. Si le gaspillage était un pays, il serait le troisième plus gros pollueur mondial après les Etats-Unis et la Chine. Tous les acteurs de la chaîne alimentaire sont impliqués dans le gaspillage. En effet, la production représente 32% du gaspillage alimentaire, la transformation 21%, la distribution 14%, la consommation à domicile ainsi que la restauration collective et commerciale représente 20% du gaspillage alimentaire.¹⁴

Chaque année, en France, la distribution jette 10 millions de tonnes de nourriture, soit 16 milliards d’euros.¹⁵ Tous les acteurs de la chaîne alimentaire génèrent du gaspillage et ceux pour diverses raisons : mauvaise gestion des stocks entraînant des invendus au sein de la grande distribution, non-respect de la chaîne du froid durant le transport, surproduction, critères de poids et d’esthétique, assiette non finie du consommateur, etc.

¹³« Lutte contre le gaspillage alimentaire » *Ça suffit le gâchis*, [en ligne] [consultée le 22 avril 2019]. Disponible sur : <http://www.casuffitlegachis.fr/collectivites/decouvrir-bonnes-pratiques/lutte-contre-gaspillage-alimentaire>

¹⁴« Gaspillage alimentaire : définition, enjeux et chiffres », *France Nature Environnement*, [en ligne] [consultée le 22 avril 2019]. Disponible sur <https://www.fne.asso.fr/dossiers/gaspillage-alimentaire-d%C3%A9finition-enjeux-et-chiffres>

¹⁵ Ministère de la Transition écologique et solidaire, « le gaspillage alimentaire » (2018) [en ligne] [Consultée le 28/04/2019]. Disponible sur <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/gaspillage-alimentaire-0>

i. Un scandale éthique

Le gaspillage alimentaire représente un scandale éthique, environnemental et économique. Il s'agit d'un scandale éthique et social puisque la sécurité alimentaire n'est pas assurée aujourd'hui au niveau mondial. Aujourd'hui, une personne sur neuf souffre de sous-alimentation et de malnutrition, ce qui représente 795 millions d'individus. Selon la FAO, la moitié des denrées alimentaires jetées dans les pays industrialisés serait suffisante pour mettre fin à la faim dans le monde. Contrairement à ce qu'on pourrait croire, la sous-alimentation n'est pas seulement présente dans les pays en développement, mais elle l'est aussi dans les pays développés et industrialisés, même si les conséquences ne sont pas aussi dramatiques sur le plan comparatif.

ii. Un gâchis économique

Selon la FAO, les coûts économiques liés au gaspillage alimentaire s'estiment à 750 milliards de dollars par an, ce qui représente le tiers du produit intérieur brut national français (PIB). En France, le coût du gaspillage alimentaire, de la production à la consommation, représente 16 milliards d'euros par an. Les coûts engendrés par ce gaspillage au sein des différentes étapes de la production alimentaire se traduisent souvent par la hausse des prix des produits alimentaires. Ainsi, c'est souvent le consommateur qui paie la note "finale" du gaspillage. Autrement, le coût du gaspillage se retrouve également dans les impôts payés par les contribuables pour la gestion des déchets.

iii. Un coût environnemental conséquent

D'après l'agence de l'environnement et de la maîtrise d'énergie (ADEME), l'alimentation représente 36% des gaz à effet de serre en France, ce qui représente 15,5 millions de tonnes de CO² émis par an. Une tonne de nourriture jetée est responsable 4.5 tonnes de CO². Le gaspillage engendré par la

production alimentaire revient à gaspiller les ressources naturelles utilisées pour l'alimentation, à savoir l'eau, les surfaces agricoles, etc. Néanmoins, l'impact du gaspillage alimentaire varie selon le type d'aliments. Par exemple, les aliments d'origines animales sont plus émetteurs de gaz à effet de serre que les aliments végétaux. Le traitement des déchets est aussi une étape très polluante. En effet, les déchets sont généralement enfouis ou incinérés, et cette partie de traitement des déchets est responsable à hauteur de 19% des émissions de méthane, un gaz vingt-fois plus polluant que le CO².

2) La lutte contre le gaspillage alimentaire en France, de quoi parle-t-on ?

i. Le Pacte National de la lutte contre le gaspillage alimentaire : un engagement national

Le pacte national de la lutte contre le gaspillage alimentaire a été lancé en 2013 par le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. Le but de ce pacte est de fixer des objectifs en termes de réduction du gaspillage alimentaire au niveau national. La lutte contre le gaspillage alimentaire constitue l'une des quatre grandes priorités du Programme national pour l'alimentation (PNA) et comme l'un des treize actes stratégiques du Programme national de prévention des déchets (PNPD) à l'horizon 2020.

Ce pacte a été signé en 2013 par l'Etat ainsi que plusieurs acteurs de la chaîne alimentaire. Il contient onze mesures que l'ensemble de ces acteurs de la chaîne alimentaire doivent respecter (grande distribution, producteurs, industries agroalimentaires, restauration collective, etc.) Ce pacte national de la lutte contre le gaspillage alimentaire a fixé l'objectif de 50% de réduction du gaspillage à l'horizon 2025. En 2017, un nouveau pacte a été lancé, fixant des objectifs à l'horizon 2020. (*cf annexe 1 : Aperçu pacte national du gaspillage alimentaire p.63*)

ii. Les entreprises françaises spécialisées dans la lutte contre le gaspillage alimentaire

Plusieurs entreprises et start-ups se sont spécialisées dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Certaines sont récentes et sont apparues après la mise en place de loi Garot (*annexe 2 : Loi Garot, p.65*). Il y a plusieurs types d'entreprises. Celles qui mettent en relation des acteurs professionnels entre eux pour lutter contre le gaspillage alimentaire. C'est le cas de l'entreprise Phenix, Comerso et Eqosphere où j'effectue mon stage. Il y aussi des applications destinées au grand public qui mettent directement en relation commerçants et consommateurs. C'est par exemple le cas de l'application TooGoodToGo (*cf p.22*). Il existe bien sûr d'autres applications qui agissent, chacune à leur manière pour lutter contre le gaspillage. Dans le cadre de ce mémoire, nous allons exclusivement nous intéresser à l'application Too Good To Go puisqu'il s'agit de la seule solution mobile utilisée la grande distribution, qui est le secteur que j'ai choisi pour mon mémoire. Nous allons aussi seulement nous intéresser à l'entreprise Eqosphere, puisqu'il s'agit de l'entreprise où j'ai effectué mon stage.

iii. L'aide alimentaire en France : acteurs de premier plan dans la lutte contre le gaspillage alimentaire

Les acteurs de l'aide alimentaire en France représentent des acteurs de premier plan dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. En plus de faire bénéficier de denrées alimentaires à des personnes dans le besoin, l'aide alimentaire lutte contre le gaspillage alimentaire puisqu'elle distribue des denrées initialement destinées à être jetées. L'aide alimentaire en France est principalement assurée par les quatre plus grands réseaux associatifs français qui sont : la Croix-Rouge française, les Banques Alimentaires, le Secours populaire, et les Restos du Cœur. Il existe également des plus petites structures comme les épiceries sociales, ou d'autres associations humanitaires qui font de la lutte contre le gaspillage alimentaire un levier social pour lutter contre la faim. Eqosphere est partenaire d'une cinquantaine d'associations actives qui

bénéficient de denrées alimentaire, et la plupart de ces associations sont des petites structures ou des épiceries sociales, qui vendent les produits qu'elles récupèrent à des tarifs très bas, afin que les personnes en situation financière difficile, puissent accéder à des produits de grande consommation.

Selon le ministère de l'Agriculture, aujourd'hui en France, 6 % de la population totale a recours à l'aide alimentaire auprès des grands réseaux associatifs, comme les Restos du Cœur ou la Banque alimentaire, ce qui représente 3,9 millions de personnes.¹⁶ Ce chiffre est en nette progression, puisqu'en 2002, 2,8 millions de personnes y avaient recours. Néanmoins, cette donnée est à relativiser. En effet, cette augmentation n'est pas forcément due à la hausse de la précarité, mais à une meilleure organisation de ces associations, et au fait que les personnes en situation de précarité osent davantage recourir à l'aide alimentaire, ce qui était peut-être moins le cas auparavant. Le réseau des banques alimentaires permet, chaque année, d'aider 2 millions de français à se restaurer¹⁷. En 2018, les Restos du Cœur ont distribué 130 millions de repas.¹⁸ En 2015, la Croix-Rouge a distribué environ 22 800 tonnes de nourritures à des personnes en situation de précarité. ¹⁹

¹⁶ *Centre d'observation de la société* « Quelle insécurité alimentaire aujourd'hui en France ? » (2016) [en ligne] [consulté le 27/03/2019]. Disponible sur : <http://www.observationsociete.fr/revenus/pauvrete/quelle-insecurite-alimentaire-aujourd'hui-en-france.html>

¹⁸ *Les restaurants du Cœur*, chiffres clés [en ligne] [consulté le 20/03/2019]. Disponible sur <https://www.restosducoeur.org/chiffres-cles/>

¹⁹ *La Croix-Rouge Française*, « infographie : l'aide alimentaire en 2015 » [en ligne] [consulté le 20/03/2019]. Disponible sur <https://www.croix-rouge.fr/Nos-actions/Action-sociale/Aides-alimentaires-materielles-et-financieres/aide-alimentaire/Infographie-l-aide-alimentaire-en-2015>

3) La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution

i. La grande distribution : un des principaux générateurs de gaspillage

Selon l'ADEME, le secteur de la grande distribution est responsable, à elle seule, de 14% du gaspillage alimentaire français, ce qui équivaut à une perte estimée à 10 millions de tonnes par an. Les pertes alimentaires sont particulièrement fulgurantes dans les rayons traiteur et fruits et légumes. Une mauvaise gestion des stocks et des produits référencés est une des principales raisons de ce gaspillage. En effet, les 1% des produits référencés en magasin qui ne se vendent pas sont responsables de 20% du gaspillage alimentaire. L'autre raison est la sur manipulation des produits par les salariés et les clients augmentant ainsi le risque de détérioration du produit et de rupture de la chaîne du froid, les rendant ainsi inconsommables.²⁰

ii. La loi Garot : interdiction de jeter pour la grande distribution

La loi GAROT est une loi de lutte contre le gaspillage alimentaire appliquée en février 2016, qui interdit à toutes les grandes surfaces de javelliser leurs invendus encore consommables afin de les rendre impropres à la consommation. Les enseignes ne respectant pas cette règle s'exposent à une amende s'élevant à 3 750 euros. La loi oblige également les moyennes et grandes surfaces supérieures à 400 m², d'établir une convention partenariale avec une association, pour pouvoir réaliser du don.

²⁰Zero waste France, « L'Ademe s'attaque au gaspillage alimentaire dans la grande distribution. » [en ligne] [Consulté le 03/04/2019]. Disponible sur : <https://www.zerowasteFrance.org/ademe-gaspillage-alimentaire-grande-moyenne-distribution/>

Cette loi, portée à l'Assemblée par le député socialiste de la Mayenne, Guillaume Garot rend obligatoire la revalorisation des invendus alimentaires en mettant en avant diverses solutions. Les enseignes peuvent donner à des associations d'aide alimentaire agréées par le biais d'une convention de partenariat, valoriser leurs invendus par le biais de l'alimentation animale ou encore faire de la valorisation en circuit énergie. Effective depuis trois ans, quel est donc l'impact de cette loi sur la lutte contre le gaspillage alimentaire ?

D'après Guillaume Garot, 98% des grandes surfaces de plus de 400 m² donnent désormais leurs invendus à des associations de solidarité. Les collectes des acteurs de l'aide alimentaire ont donc augmenté. ²¹En effet, d'après les banques alimentaires, leur collectes sont passées de 36 000 à 46 000 tonnes par an entre 2015 et 2017, soit une hausse de 28%. De manière générale, Arash Derambarsh, militant politique français, estime que les dons aux associations ont augmenté de 22% depuis la loi Garot. ²²

Toujours selon Guillaume Garot, dans la région Hauts de France, le Secours populaire bénéficie de 40% de denrées en plus auprès des grandes surfaces. Jean-Claude Guesdon, secrétaire général des Restos du Cœur, considère que la loi Garot est efficace et marche, puisque les Restos du Cœur connaissent une nette progression des produits récupérés. Selon l'Ademe, 34% des magasins ont mis en place des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire grâce à la loi Garot. Le don est la solution de valorisation la plus utilisée dans la grande distribution. Mais alors, quelles sont les motivations des

²¹ Emilie Torgemen, « Guillaume Garot : Avec la loi antigaspillage, les dons ont bondi » *LeParisien* [en ligne][Consulté le 8/03/2019]. Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/societe/quillaume-garot-avec-la-loi-antigaspillage-les-dons-aux-associations-ont-bondi-04-02-2019-8004237.php>

²² Guillaume Poingt, « Loi antigaspillage, quel bilan après 18 mois ? », *Le Figaro* [en ligne] [consulté le 03/03/2019]. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/2018/10/16/29001-20181016ARTFIG00007-loi-anti-gaspillage-alimentaire-quel-bilan-apres-18-mois.php>

moyennes et grandes surfaces, outre l'aspect obligatoire de la loi, d'effectuer du don ?

D'après une étude réalisée par Ipsos²³, entreprise qui propose des solutions de revalorisation pour lutter contre le gaspillage alimentaire, 93% de la grande distribution pratique le don alimentaire. Leur motivation première réside dans le projet social de nourrir des hommes et des femmes en situation de précarité. L'autre principale motivation est fiscale, puisque le don permet de défiscaliser à hauteur de 60% chaque produit donné. Enfin, l'aspect économique est également une grande motivation puisque le don permet de réduire les coûts liés au traitement des déchets, et ainsi réaliser des économies. Il faut savoir qu'une tonne de déchets coûte entre 120 et 150 euros à traiter, d'après Jean Moreau co-fondateur de Phenix, entreprise spécialisée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution répond donc à des enjeux sociaux, économiques et écologiques.

Peut-on alors considérer que la lutte contre le gaspillage alimentaire dans la grande distribution constitue une démarche de responsabilité sociale des entreprises qui s'inscrit dans le développement durable ?

²³ *Baromètre 2018 de la valorisation des invendus en grande distribution* (2018) [En ligne] [Consulté le 15/02/2019]. Disponible sur : https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-02/barometre_2018_valorisation_invendus.pdf

4) La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution : une démarche de développement durable ?

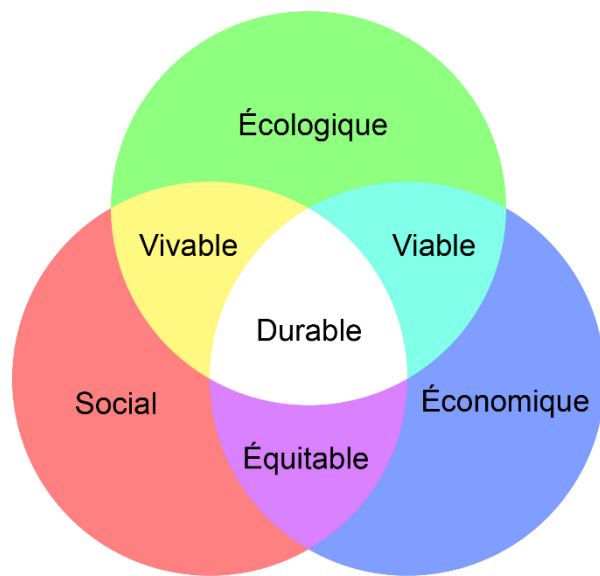
i. Le développement durable : allier dimension sociale, écologique et économique

La définition officielle du développement durable a été établie par le rapport Brundtland en 1987 suite à la première commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU en 1983. *Le développement durable est défini comme "un mode de développement qui répond aux besoins de générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de "besoins", et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir."*²⁴

De manière plus synthétique, le développement est *"un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs."*²⁵ Le développement durable se situe donc au carrefour de 3 piliers : l'économie, le social et l'environnement. La dimension économique se traduit par l'efficacité et la croissance économique tout en adoptant des modes de consommation et de production durables. La dimension sociale, quant à elle, se traduit par la satisfaction des besoins humains en incluant tous les groupes sociaux pour aller vers une équité sociale afin de répondre à des objectifs de santé, de consommation, etc. La dimension environnementale correspond à la préservation de l'environnement et des ressources naturelles sur le long terme en minimisant les impacts environnementaux liés à nos activités économiques. L'économie, le social et l'écologie sont donc interdépendants et convergent vers un objectif commun.

²⁴ « Les 3 piliers du développement durable », 3-0 [en ligne] [Consulté le 14/03/2019].
Disponible sur : <http://www.3-0.fr/doc-dd/qu-est-ce-que-le-dd/les-3-piliers-du-developpement-durable>

²⁵ Ibid



1 - source : https://iutsd.univ-paris13.fr/schema_du_developpement_durable/

ii. Le développement durable en entreprise : la responsabilité sociale des entreprises

La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) peut se définir comme l'application du développement durable en entreprise. La plateforme de l'engagement RSE et du développement durable l'a définie comme "*un regroupement de l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable, c'est à dire d'être économiquement viable, avoir un impact positif sur la société mais aussi mieux respecter l'environnement.*"²⁶ Les entreprises peuvent mettre en place plusieurs actions internes pour être dans une démarche RSE. Concernant la composante environnementale de la RSE, l'entreprise peut : réduire les déchets papiers au sein de l'entreprise, recycler, favoriser les transports non-polluants, mettre en place un plan de réduction des consommations énergétiques, etc.

²⁶ RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises : définition – Qu'est-ce que la RSE ? [En ligne] [Consulté le 20/03/2019]. Disponible sur : <https://e-rse.net/definitions/rse-definition/>

²⁶ « Les 3 piliers du développement durable », 3-0 *op.cité*

Pour la composante sociale, l'entreprise peut, au niveau externe, participer à des programmes humanitaires ou alors soutenir une association à finalité sociale par le biais du mécénat. Elle peut aussi mettre en place des actions internes, comme par exemple, l'augmentation d'avantages pour les salariés avec l'obtention de tickets restaurants ou encore la mise en place de programmes de prévention liés à la santé et au bien-être dans l'entreprise.

La démarche anti-gaspillage peut donc constituer une démarche RSE au sein d'une entreprise. Par exemple, la grande distribution en faisant du don, agit à la fois sur le plan social, économique et écologique. Mais peut-on réellement considérer que la grande distribution, en réalisant du don, entre dans une démarche de développement durable ?

iii. Revalorisation des invendus alimentaires : La grande distribution vers une démarche de développement durable ?

La lutte contre le gaspillage alimentaire constitue une démarche RSE puisque les enseignes s'engagent à mettre en place des solutions de valorisation de leurs invendus pour entrer dans une démarche anti-gaspillage, qui est à la fois bénéfique au niveau économiques et environnemental. Mais peut-on considérer qu'il s'agit pour autant d'une démarche de développement durable ?

Rappelons que le premier défi du développement durable est la préservation de l'environnement comprenant : économie et préservation naturelle, protection de la biodiversité, diminution des émissions de gaz à effet de serre, gestion et valorisation des déchets. La lutte contre le gaspillage alimentaire dans la grande distribution est comprise dans l'aspect environnemental du développement durable puisqu'elle permet de limiter les déchets. Cependant, qu'en est-il de la composante sociale ? La grande distribution s'engage-t-elle socialement à travers sa lutte contre le gaspillage alimentaire ? Il faut savoir que le deuxième aspect du développement durable est la favorisation de la cohésion sociale. L'une des composantes de l'aspect social qui pourrait correspondre à la valorisation des invendus alimentaires par le don aux associations est l'objectif suivant : favoriser la solidarité et plus précisément

“contribuer à la réduction des inégalités sociales par la collaboration avec des associations et/ou des projets locaux ou internationaux.”²⁷

La lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution peut donc être considérée comme une démarche de développement durable, mais cela dépend de la manière dont cette lutte est effectuée. Le don associations relève effectivement d’une démarche de développement durable puisqu’elle combine solidarité, minimisation des impacts environnementaux et avantages économiques pour la grande distribution. Mais alors, qu’en advient-il des enseignes de grande distribution qui valorisent leurs invendus à travers des solutions à visée uniquement environnementale ? C’est le cas par exemple, de l’enseigne Cora qui utilise exclusivement l’application Too Good To Go pour lutter contre le gaspillage alimentaire.²⁸ Cette application, utilisée par des commerçants pour réduire le gaspillage a comme unique objectif la diminution du gaspillage alimentaire.

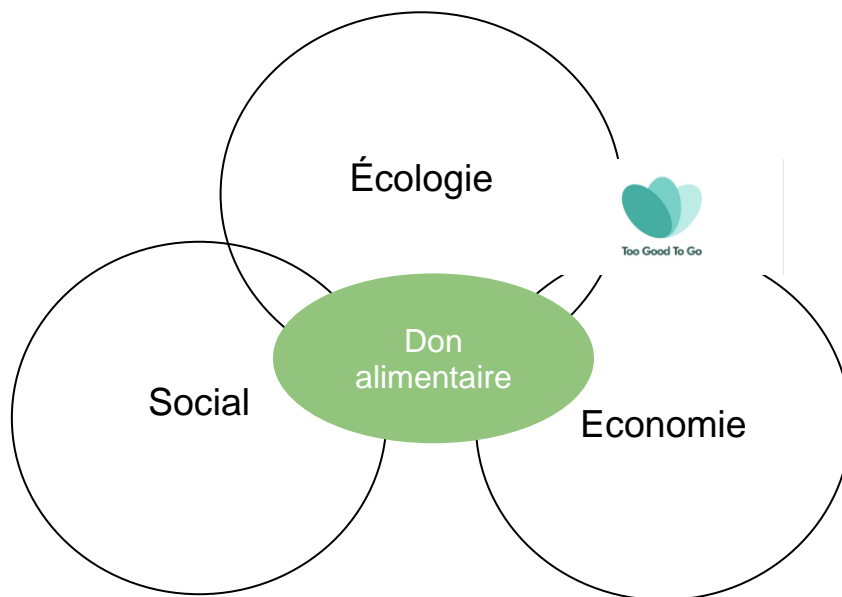
Les enseignes de grande distribution qui ne mettent qu’en place des systèmes de revalorisation uniquement à visée écologique, comme les paniers Too Good To Go ne sont donc pas dans une démarche de développement durable. Les magasins Leader Price avec lesquels je travaille mettent en place, pour la plupart, ces deux solutions, à savoir, la solution solidaire et sociale, avec la donation de produits encore consommables, et la solution à finalité environnementale avec l’application Too Good To Go.

Le schéma ci-dessous représente les trois composantes du développement durable : le social, l’écologie et l’économie. L’application Too Good To Go répond seulement à deux de ces composantes, la composante écologique avec la réduction du gaspillage alimentaire par la revalorisation des invendus sous forme de paniers surprises à des consommateurs et la

²⁷ « Les 3 piliers du développement durable », 3-0 op.cité

²⁸ Les magasins Cora s’engagent contre le gaspillage alimentaire et s’associent à Too Good To Go (2019), Too Good To Go [en ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur [:https://toogoodtogo.fr/fr/press/releases/les-magasins-cora-sengagent-contre-le-gaspillage-alimentaire-et-sassocient-a-too-good-to-go](https://toogoodtogo.fr/fr/press/releases/les-magasins-cora-sengagent-contre-le-gaspillage-alimentaire-et-sassocient-a-too-good-to-go)

composante économique, avec l'économie réalisée par les commerçants dans le traitement de leurs déchets. Le don alimentaire quant à lui, est à la croisée des trois enjeux, puisqu'il répond à la fois à un besoin social, en aidant des personnes en situation de précarité à se nourrir dignement, permet de réduire le gaspillage alimentaire et représente un gain économique considérable pour la grande distribution.



On remarque donc, que dans la grande distribution, des tensions se révèlent entre une solution de valorisation sociale avec le don et une solution écologique dans la démarche anti-gaspillage. Nous allons étudier cette tension par le biais de l'application Too Good To Go, application très utilisée dans le monde de la grande distribution pour lutter contre le gaspillage alimentaire qui est plutôt tournée vers l'enjeu environnemental du gaspillage.

II. Démonstration des tensions entre lutte environnementale et lutte sociale au sein de la lutte contre le gaspillage alimentaire à travers une enseigne de grande distribution

Dans le cadre de mon mémoire, je souhaite analyser les tensions potentielles présentes entre la lutte contre la précarité alimentaire et la lutte écologique, et ce, à travers le secteur de la lutte contre le gaspillage alimentaire en France à travers une enseigne de distribution. Pour ce faire, j'ai profité de mon statut de chef de projet au sein de l'entreprise Eqosphere pour pouvoir mener mon enquête à bien.

Pour analyser les tensions entre écologie et précarité, j'ai décidé de prendre l'exemple d'un cas concret : la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution. Comment la distribution s'engage pour contrer ce fléau environnemental ? Quelles solutions de valorisation des invendus met-elle en place ? J'ai pu mener mon enquête à travers une enseigne de distribution alimentaire : Leader Price, membre de groupe Casino.

A. Application Too Good To Go : exemple d'une solution de valorisation d'invendus alimentaires à finalité environnementale utilisée par la grande distribution

1) Une application mobile pour lutter contre le gaspillage alimentaire

L'application Too Good To Go est leader dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et a été lancée en 2016 suite à la loi Garot. Il s'agit d'une application mobile qui permet à toute sorte de commerces de bouche (grandes et moyennes surfaces, boulangeries, traiteurs), de valoriser leurs invendus alimentaires sous forme de paniers achetés par des internautes. Chaque jour, les utilisateurs de l'application peuvent acheter un ou plusieurs paniers "surprises" pour un montant

moyen de quatre euros qu'ils vont récupérer directement auprès du commerçant. Les denrées initialement destinées à la poubelle ne sont pas jetées et le gaspillage alimentaire est évité. Aujourd'hui, l'application dispose d'un réseau de 7 000 commerçants partenaires et est utilisée par 3,5 millions de français. L'application s'est rapidement développée dans d'autres pays européens, à savoir, l'Allemagne, la Belgique, la Suède, l'Espagne, le Danemark, l'Italie, la Norvège, la Suède, le Royaume-Uni et les Pays-Bas.

La grande distribution utilise beaucoup cette application puisqu'elle présente beaucoup d'avantages. Premièrement, elle permet au magasin d'économiser des coûts de déchets puisque les produits initialement jetés sont revalorisés par l'application. Ensuite, elle est simple d'utilisation, le magasin choisi le nombre de paniers qu'il souhaite vendre, en fonction des invendus du jour et, ce de manière totalement libre. En effet, le magasin peut effectuer des paniers tous les jours, ce qui est très avantageux par rapport au don, puisque, pour le don, les magasins sont souvent plafonnés, et donc limités. C'est le cas de l'enseigne Leader Price. Chaque magasin a un montant à ne pas dépasser par semaine. Ainsi, par le biais de cette application, le magasin peut éviter le gaspillage alimentaire tous les jours.

2) La réduction du gaspillage alimentaire comme unique objectif contrairement au don

Too Good To Go est une solution qui a une finalité purement environnementale. Elle intègre peu l'aspect social au cœur de son activité. En effet, les paniers sont achetés par toute sorte de consommations alors que le don est à destination des personnes en situation de grande précarité. Néanmoins, l'application propose tout de même aux utilisateurs de donner deux euros qui financent un repas chaud servi par les Restos du Cœur aux personnes sans-abri. Elle propose aussi aux commerçants de reverser le fruit de leur vente à l'organisation non gouvernementale Action Contre La Faim avec laquelle l'entreprise Too Good To Go a un partenariat. Elle intègre donc un peu l'aspect social mais de manière minime par rapport au don.

Too Good To Go et le don alimentaire sont deux solutions qui convergent vers un objectif commun, mais qui divergent dans leur manière d'accomplir cet objectif : la réduction du gaspillage alimentaire. Quand je parle d'objectif commun, je fais allusion à la diminution du gaspillage, mais l'objectif premier de l'aide alimentaire en France réside dans la volonté d'aider des personnes précaires à se nourrir. Réduire le gaspillage alimentaire est un objectif secondaire pour elles. Or, l'application Too Good To Go a comme finalité la réduction du gaspillage alimentaire et ce, de manière purement environnementale, intégrant ainsi peu la dimension sociale pour lutter contre ce fléau.

3) *Too Good To Go : une solution mobile qui affirme être complémentaire au don*

Pour l'application Too Good To Go, les paniers surprises anti gaspi utilisés par les commerces alimentaires viennent en complémentarité du don réalisé aux associations, et ce, pour plusieurs raisons.²⁹ Premièrement, les associations n'ont pas toujours assez de moyens humains et matériels pour assurer des collectes quotidiennes auprès de commerçants, surtout pour des petites quantités. Si la quantité d'invendus est faible, les associations ne se déplaceront pas car le coût du déplacement serait trop important vis à vis de la faible quantité des denrées récupérées. D'autre part, l'application affirme qu'il y a des produits interdits au don, et que, par conséquent, ils peuvent être mis dans les paniers afin de ne pas les jeter. Les produits désignés comme interdits sont les abats, les farces, fruits de mer, pâtisseries à base de crème, et viandes et poissons en stand de découpe. Ainsi, les paniers Too Good To pallieraient à ce problème, puisque les produits interdits au don iraient aux paniers, et le reste au don. Les deux solutions seraient donc complémentaires. Mais qu'en est-il vraiment ? L'enquête que j'ai menée auprès des associations et des magasins Leader Price

²⁹Laetitia Ramé, « Pourquoi les commerçants ne donnent pas tous leurs invendus aux assos ? », *Blog Too Good To Go* [en ligne], [Consulté le 19/02/2019]. Disponible sur :

<https://toogoodtogo.fr/fr/blog/Pourquoi-les-commerçants-ne-donnent-pas-tous-leurs-invendus-aux-assos>

va nous permettre de voir si l'application est vraiment utilisée en complémentarité du don ou si, au contraire, elle impacte le don.

Tout d'abord, la charte Eqosphere indique que seul l'alcool est interdit au don. Les magasins peuvent donc donner des abats, farces, fruits de mer, même s'ils ne sont pas préconisés car fragiles. D'autre part, les contraintes logistiques expliquées au-dessus ne s'appliquent pas dans la grande distribution. En effet, la grande distribution génère beaucoup plus d'invendus en vue des quantités commercialisées par rapport à des boulangeries ou petits commerces. Il n'y a donc pas ce problème de faibles quantités pour lesquelles les associations ne se déplaceraient pas.

B. Enquête sur l'utilisation de l'application Too Good To Go chez Leader Price ainsi que son impact sur l'approvisionnement des associations partenaires d'Eqosphere

Cette application est beaucoup utilisée au sein de la grande distribution. En effet, notre client, l'enseigne Leader Price, l'utilise en complément du don a pour écouler ses invendus. Dès lors que j'ai eu cette information lors de mes premiers jours au sein de l'entreprise Eqosphere, je me suis tout de suite demandé comment était établi l'équilibre entre le don aux associations et les paniers Too Good To Go, à savoir une solution de revalorisation sociale face à une solution environnementale. Est-ce que l'une des solutions de valorisation est privilégiée ? Si oui, pourquoi ? Comment les magasins s'organisent-ils entre les deux ?

J'ai donc décidé de mener l'enquête auprès des enseignes Leader Price en contrat avec Eqosphere afin de comprendre si l'utilisation de ces deux solutions à finalité différente mène à des tensions et pourquoi. En parallèle des appels passés aux différents magasins Leader Price, j'ai également appelé nos partenaires associatifs qui bénéficient de denrées auprès des Leader Price, pour savoir si l'arrivée de cette application impactait leur approvisionnement.

1) Entretiens avec Leader Price et associations partenaires : quel équilibre entre Too Good To Go et le don ?

i. Questionnaire de satisfaction auprès des associations partenaires

Afin de démontrer l'existence de ces tensions entre défi écologique et lutte contre la précarité, j'ai profité de l'envoi annuel d'un questionnaire de satisfaction à toutes les associations partenaires de l'entreprise pour y ajouter des questions relatives à mon sujet de mémoire. En effet, chaque année, l'entreprise Eqosphere réalise un questionnaire de satisfaction auprès des associations partenaires qui bénéficient de dons auprès de notre client, Leader Price afin de connaître leur satisfaction sur notre partenariat ainsi que la qualité de leur approvisionnement alimentaire.

Avant de décrire les objectifs de ce questionnaire dans le cadre de mon enquête, il est utile de vous présenter le partenariat entre Eqosphere et des associations afin de mieux comprendre dans quel cadre agit ce questionnaire de satisfaction.

a. Le partenariat entre Eqosphere et des associations d'aide alimentaire

Eqosphere agit comme un intermédiaire entre les acteurs qui émettent du gaspillage alimentaire et les associations de solidarité qui reçoivent des invendus encore consommables de la part de ces émetteurs. Un de nos clients est l'enseigne Leader Price. L'entreprise est prestataire de l'enseigne sur le dispositif du don alimentaire. Ainsi, l'entreprise dispose d'un parc de 77 magasins Leader Price, auprès duquel elle s'occupe du don.

Concrètement, pour chaque magasin, l'entreprise sélectionne des associations agréées à l'aide alimentaire, établit une convention partenariale avec celles-ci, pour ensuite les faire passer sur les magasins à proximité pour qu'elles récupèrent des invendus alimentaires. Toute association qui passe sur le parc de magasins que nous gérons doit être conventionnée avec Eqosphere. Aujourd'hui, une cinquantaine d'associations d'aide alimentaire sont partenaires

avec Eqosphere, et récupèrent du don auprès des 77 magasins qui nous ont été confiés dans le cadre de notre contrat avec l'enseigne de distribution.

b. Objectifs de l'enquête de satisfaction

Comme énoncé précédemment, l'objectif de cette enquête de satisfaction est de connaître la satisfaction des associations avec qui nous collaborons et par la même occasion, les interroger sur leur approvisionnement auprès des magasins Leader Price. Sont-elles satisfaites de la qualité du don, de la quantité ? Sont-elles impactées dans leur approvisionnement par la mise en place des paniers Too Good To Go ? Sentent-elles que le magasin auprès duquel elles récupèrent des denrées est impliqué dans le don ? Ce questionnaire annuel était une bonne occasion pour interroger les associations sur l'impact de leur approvisionnement depuis la mise en place des paniers Too Good To Go par l'enseigne Leader Price.

Outre le fait de servir mon enquête, et donc mon mémoire, l'interrogation des associations sur l'impact qu'ont provoqué les paniers Too Good To Go est aussi très important pour l'entreprise. En effet, cette application représente une concurrence indirecte. Enquêter, d'une part, auprès des magasins sur leur usage plus ou moins important de l'application Too Good To Go pour revaloriser leurs invendus, et d'autre part, sur l'impact qu'a cette application sur l'approvisionnement des associations, est donc une information clé. L'objectif est d'en savoir le plus possible sur les types de revalorisation que mettent en place nos clients afin de pouvoir mieux appréhender et assurer une meilleure gestion des dispositifs de revalorisation proposés par Eqosphere. Concrètement, si mon enquête établit le fait que beaucoup d'associations sont impactées par Too Good To Go, l'entreprise pourrait envisager un partenariat avec l'application afin d'établir un équilibre entre les deux solutions de valorisation des invendus : les paniers et le don.

c. Méthodologie et résultats

Le questionnaire a été réalisé sur un logiciel de questionnaire simple d'utilisation et d'accès, qui est *Doodle*. Outre les questions sur la satisfaction du don et sur le partenariat effectif avec l'entreprise, j'ai pu ajouter des questions sur l'impact de l'approvisionnement des associations depuis la mise en place des paniers *Too Good To Go* par l'enseigne *Leader Price*. L'interrogation était la suivante "*Bénéficiez-vous de moins de dons depuis la mise en place des paniers Too Good To Go auprès des magasins Leader Price*". Si l'association répondait "*oui*", elle devait répondre à une autre question évaluant concrètement l'impact de son approvisionnement : "*Depuis la mise en place des paniers Too Good To Go, vous avez : un peu moins de dons ? Moitié moins de dons ? Quasiment plus de dons ?*"

Cette question est au cœur de mon sujet de mémoire, c'est celle-ci qui va me permettre d'évaluer de manière concrète l'impact qu'à l'utilisation de l'application par l'enseigne, sur l'approvisionnement des œuvres de charité. En parallèle avec ce questionnaire de satisfaction, j'ai contacté les magasins *Leader Price* afin de leur demander s'ils effectuent des paniers *Too Good To Go*, et si oui, comment ils s'organisent entre la préparation du don et des paniers.

J'ai envoyé le questionnaire par mail aux cinquante associations partenaires de l'entreprise. La première semaine, le taux de réponse a été encourageant avec 24% de retour. Afin d'avoir plus de réponses, une relance était nécessaire deux semaines après, c'est donc ce que j'ai fait. Malgré cette relance, le taux de réponses est resté stable, puisque je n'ai pas eu d'autres retours. Ces maigres retours peuvent s'expliquer par différentes raisons : le manque de temps des associations, le manque d'intérêt, et le fait que beaucoup d'associations partenaires ne soient pas familières avec les outils informatiques. C'est après ce maigre constat que je me suis dit qu'il fallait doubler l'envoi du questionnaire par des appels pour toucher plus d'associations. Il était important d'avoir un panel de réponses le plus élevé possible pour que les données puissent être intéressantes et exploitables. Le fait de téléphoner rend aussi l'échange plus humain et plus riche. En effet, les associations sentent que nous

sommes à l'écoute de leurs besoins et que nous souhaitons que le partenariat qui nous lie soit le plus satisfaisant possible.

J'ai quand même effectué une troisième relance par mail en profitant de l'envoi important d'un autre mail, pour relancer les associations. Cette fois ci, j'ai raccourci le questionnaire à seulement trois questions : la satisfaction sur la qualité du don, la quantité et la traçabilité et l'éventuel impact des paniers Too Good To Go sur les associations. En effet, la longueur du questionnaire était peut être la cause du faible taux de réponses. Malheureusement, même si le questionnaire était réduit à trois questions au lieu de dix-neuf (*voir annexe 3 : questionnaire de satisfaction p.63*), le taux de réponses n'a pas évolué puisqu'il est resté à 24%. Ma responsable, Clothilde, qui chargée du compte client Leader Price m'avait prévenu que beaucoup d'associations n'allaient pas répondre par faute de temps, de volonté ou d'intérêt. Seulement, ils n'avaient pas pris le temps de doubler le questionnaire par des appels, puisque que cela demande du temps, et les salariés n'avaient pas de temps à consacrer à cette tâche. De plus, seulement deux associations avaient répondu à la question sur les paniers Too Good To Go, à savoir "*Bénéficiez-vous de moins de dons depuis la mise en place des paniers Too Good To Go par Leader Price ?*". Le peu de réponses à cette question m'a réellement surprise puisque j'avais mis cette question comme obligatoire. Seulement, il y a dû avoir un problème relatif au questionnaire qui a fait que les associations n'ont pu y accéder. Ainsi, malheureusement, seulement deux associations ont répondu à cette question. J'ai donc souhaité réaliser des entretiens téléphoniques afin d'obtenir plus de données exploitables. (*cf page 37*)

ii. Entretiens téléphoniques auprès des magasins Leader Price, gérés par Eqosphere

a. Objectif

En parallèle du questionnaire de satisfaction doublé d'entretiens téléphoniques avec les associations que nous détaillerons plus tard, j'ai également contacté les magasins Leader Price en contrat avec Eqosphere pour savoir s'ils mettent en place des paniers Too Good To Go et si oui, combien ils en font par jour, et comment s'organisent- t-ils avec le don. L'objectif de ces

divers entretiens téléphoniques et de savoir si les magasins mettent en place un autre type de revalorisation que le don, et si c'est le cas, savoir si cette autre solution de revalorisation impacte l'approvisionnement des associations dans le cadre du don.

Avant de vous présenter plus en détail les entretiens téléphoniques réalisés auprès des magasins dans le cadre de mon enquête, il est important d'établir le contexte de ses entretiens téléphoniques et préciser quelle fonction exerce Eqosphere pour son client Leader Price afin de mieux comprendre dans quel cadre ces entretiens téléphoniques agissent.

b. Eqosphere : prestataire du don pour le compte de 77 magasins Leader Price

Eqosphere est une entreprise sociale qui accompagne des acteurs professionnels dans la réduction de leur gaspillage alimentaire et non alimentaire. Elle met en place et gère des dispositifs de revalorisation des invendus encore consommables pour le compte de ses clients : la grande distribution, la restauration collective, les acteurs de l'évènementiel, etc. L'un des dispositifs de revalorisation que l'entreprise gère est le don à des associations de solidarité. Elle met en contact des émetteurs de gaspillage et des récepteurs pour lutter contre le gaspillage. Ainsi, pour le compte de Leader Price, Eqosphere gère le don sur les magasins confiés par l'enseigne. Voici les principales tâches que l'entreprise effectue en qualité de prestataire de Leader price :

- Formation des collaborateurs en magasin sur les règles de tri, d'hygiène et de sécurité ;
- Sélection d'associations partenaires pour récupérer des denrées alimentaires et non alimentaires auprès des magasins ;
- Suivi quotidien des opérations de dons (suivi des produits donnés par les magasins) ;
- Service d'assistance téléphonique disponible toute la journée pour répondre aux questions et/ou besoins des magasins et des associations vis à vis du don ou pour gérer d'éventuels aléas pouvant survenir entre les magasins et les associations;

- Gestion administrative : émission et envoi des reçus de don aux œuvres aux associations partenaires pour permettre la défiscalisation des magasins sur les produits donnés.

Eqosphere est donc là pour faciliter, optimiser et sécuriser le don effectué par les magasins Leader Price. Nous sommes trois personnes en charge du compte Leader Price. Nicolas et moi, nous nous partageons les soixante-dix-sept magasins répartis en Ile-de-France, en région Grand-Est et dans les Hauts de France. Je m'occupe d'une moitié de ceux situés en Ile-de-France et de la totalité des magasins situés dans le Grand-Est. Mon collègue, Nicolas, s'occupe de l'autre moitié de magasins en Ile-de-France et de la région Hauts de France. Clothilde, notre supérieure, supervise les opérations et s'occupe de l'émission des reçus de don aux œuvres.

Concrètement, étant en charge d'une quarantaine de magasins (*voir annexe 4 : cartographie des magasins Leader Price interrogés p.69*) je suis le don réalisés par ceux-ci à travers les missions suivantes : gestion des plannings de collecte des associations, suivi des produits donnés, gestion des aléas entre les magasins et les associations, visite des magasins, etc. En d'autres termes, je m'assure que le dispositif de don se passe bien afin que notre client et nos partenaires en soient satisfaits.

Ainsi, je suis en contact régulier avec les associations partenaires d'Eqosphere et les magasins. Cette proximité quotidienne est pratique et me permet de mener mon enquête auprès d'eux sous un statut professionnel, ce qui est plus confortable et plus simple puisque je peux avancer sur mon enquête durant mes heures de stage, sans compromettre le travail exigé par mon statut de chef de projet junior au sein de l'entreprise.

c. Méthodologie

Pour revenir à mon enquête, souhaitant m'entretenir avec les soixante-dix-sept magasins que nous gérons, j'ai dû solliciter mon collègue, Nicolas afin de réaliser les entretiens auprès de ses magasins. La trame d'entretien étant assez courte, cela ne lui prenait pas de temps en plus, puisqu'il posait les

diverses questions lorsqu'il était en contact avec le magasin. En effet, les magasins et les associations peuvent nous appeler à tout moment de la journée pour nous poser une question ou nous faire remonter une remarque. Par exemple, un magasin peut appeler pour nous informer que l'association qui devait passer récupérer du don n'est pas venue, ou alors qu'il souhaite augmenter le nombre de collectes. Dans ce cadre-là, nous profitons de cet échange avec le magasin pour poser les questions sur les paniers Too Good To Go. Cependant, les magasins n'appellent pas tous les jours, il fallait donc directement les contacter pour réaliser les entretiens.

Voici la trame d'entretien que j'ai mis en place pour m'entretenir avec les magasins :

- *“Faites-vous des paniers Too Good To Go ?”*
- *“Si oui, “combien en faites-vous par jour ?”*
- *“Comment vous organisez-vous entre le don et les paniers ? Préparez-vous d'abord les paniers ou le don ?”*

La trame d'entretien était volontairement courte puisque les magasins n'ont pas le temps de répondre à un questionnaire plus poussé. Les entretiens étaient donc assez rapides afin de ne pas les importuner durant leurs heures de travail. Surtout que les ressources humaines des magasins Leader Price sont assez restreintes. Ainsi, un directeur de magasin ou encore un salarié qui s'occupe du don, ne peuvent se permettre de passer beaucoup de temps au téléphone au vu de la fréquentation du magasin.

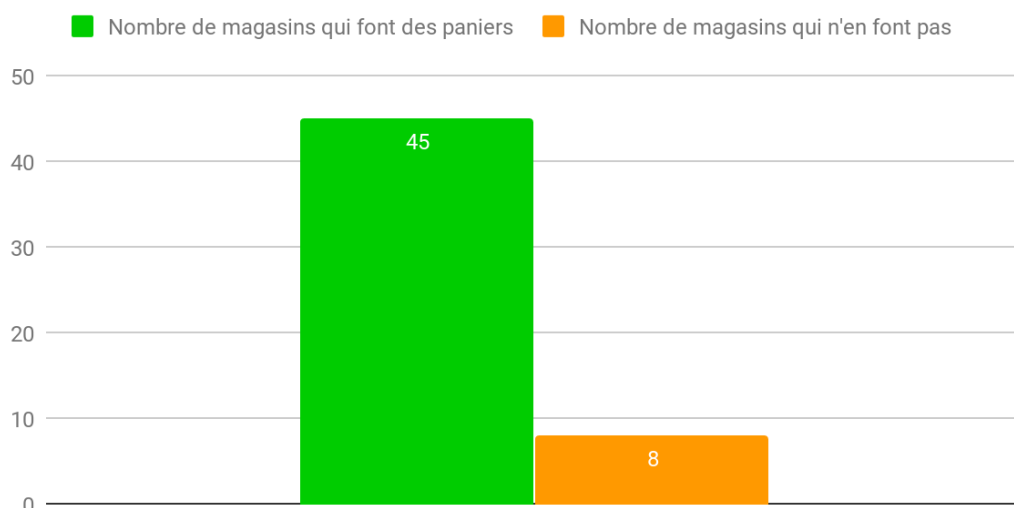
Après chaque appel, je reportais les informations sur un tableau excel (*cf annexe 5 p.70*). J'ai interrogé les trente-neuf magasins dont je suis en charge. Mon collègue Nicolas a pu interroger quinze de ses magasins. Contrairement à moi, il n'a pas pu prendre l'initiative d'appeler les magasins pour réaliser les entretiens et ce, pour diverses raisons. Premièrement, il s'agit d'une initiative de ma part utile pour la réalisation de mon mémoire, ce n'est donc pas une tâche exigée par son poste ou par la direction, rendant l'exercice non obligatoire et purement volontaire. En effet, même s'il est important pour Eqosphere de savoir si les magasins que l'entreprise gère, réalise des paniers Too Good To Go, ce

n'est pas une priorité et cela n'a pas été exigé par la direction. Les salariés n'ont donc pas forcément la volonté et le temps de s'y consacrer.

d. Résultats

Au final, nous avons pu nous entretenir avec cinquante-quatre magasins Leader Price. J'en ai démarché trente-neuf, c'est à dire tous les magasins dont je suis en charge et mon collègue a pu échanger avec quinze de ses magasins. Vous trouverez ci-dessous les résultats de l'enquête menée auprès des cinquante-quatre Leader Price. Malheureusement, je n'ai pas pu interroger la totalité des magasins Leader Price que gère Eqosphere par manque de temps. En effet, ma charge de travail ne me permettait pas de passer une partie de la journée à appeler des magasins pour réaliser les entretiens. C'est tout l'inconvénient de réaliser mon enquête en entreprise, le travail exigé par mon poste de chargée de projet junior passe avant mon mémoire

Utilisation des paniers Too Good To Go par Leader Price pour lutter contre le gaspillage alimentaire

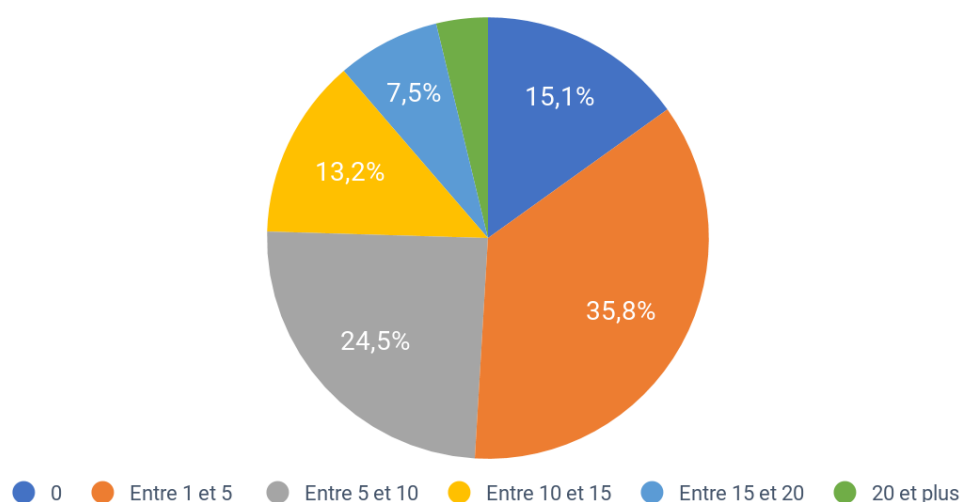


Sur les cinquante-six magasins interrogés, quarante-cinq font des paniers Too Good To Go en complément du don alimentaire pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Seulement 8 magasins n'en font pas pour diverses

raisons. Certains directeurs de magasin m'ont confiés qu'ils ne souhaitaient pas mettre en place de paniers Too Good To Go car ils privilégient l'aspect social du don, qui leur tient à cœur. D'autres n'en font pas par manque de temps. En effet, comme énoncé précédemment, chaque magasin dispose de peu de salariés, il est donc compliqué en termes d'organisation et de ressources salariale de mettre en place deux solutions de revalorisation.

Afin de connaître l'impact de la récente mise en place des paniers Good To Go par l'enseigne, sur l'approvisionnement des associations, il était important de connaître le nombre de paniers effectués par magasin et par jour, pour ensuite corréler les résultats aux retours des associations sur la diminution ou non du de leur approvisionnement. (Voir *entretiens téléphoniques avec les associations : quel impact sur leur approvisionnement depuis la mise en place des paniers Too Good To Go ? p.37*)

Nombre de paniers Too Good To Go par magasin

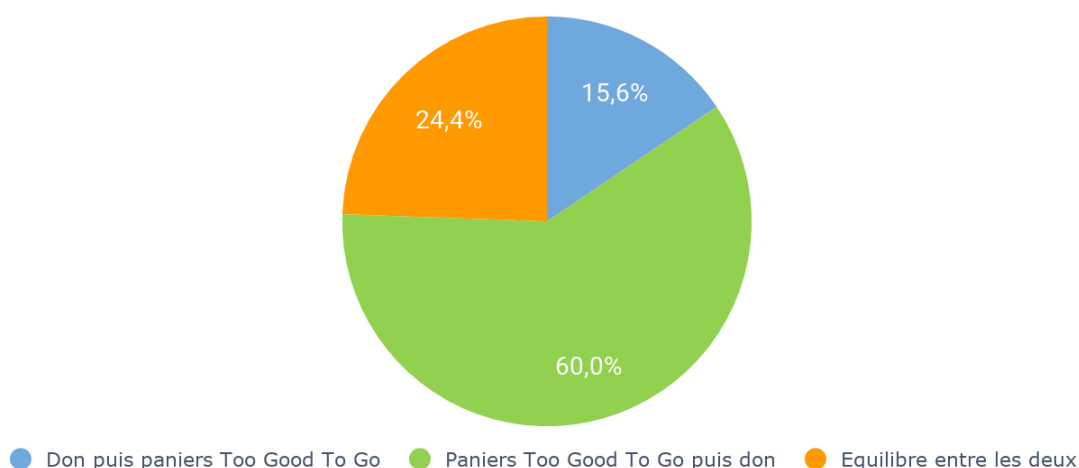


Sur les cinquante-quatre Leader Price interrogés, 35,8% font entre 1 et 5 paniers par jour, ce qui représente la majorité des magasins. 24,5% des magasins en font entre 5 et 10 par jour, ce qui commence à être considérable puisque chaque panier individuel se compose de 5 à 8 produits environ. 13,2% des points de vente en font entre 10 et 15 par jour, ce qui représente une quantité conséquente de denrées alimentaires. Enfin, 7,5% des magasins affirment faire

entre 15 et 20 paniers par jour. Seulement deux magasins en font une vingtaine par jour. Plus un magasin fait des paniers, moins il fait du don, menant ainsi à des tensions entre lutte contre la précarité alimentaire à travers le don et lutte environnementale à travers les paniers anti-gaspillage à destination du grand public. En effet, chaque produit mis dans les paniers Too Good To Go est un produit qui ne va pas aux associations.

Alors, comment les magasins s'organisent-ils entre paniers Too Good To Go et don alimentaire ? Privilégie-t-ils une solution par rapport à une autre ? Pourquoi ? C'est l'autre question que j'ai posé lors de mes échanges "*Comment vous organisez-vous entre le don et les paniers ? Préparez-vous d'abord les paniers ou le don ?*".

Ordre de priorité entre le don et les paniers Too Good To Go



Sur les quarante-six magasins qui font des paniers Too Good To Go, 15,6 % affirment prioriser le don aux paniers. Ils préparent d'abord les produits à donner aux associations et ensuite, avec ce qu'il reste, font les paniers. La raison qui les pousse à privilégier le don est d'ordre "moral". Le don est une cause qui leur tient à cœur, puisqu'ils savent qu'aujourd'hui, la précarité et l'insécurité alimentaire sont très présentes en France, et que les associations ont besoin, plus que jamais, de denrées alimentaires pour lutter contre ce fléau. Ainsi, le quart du panel des magasins sondés ont choisi la lutte sociale en priorité.

Cependant, 60 % des magasins affirment d'abord effectuer les paniers, et ensuite le don, ce qui représente la majorité des magasins. Les raisons de cette priorisation sont multiples. Certains magasins m'ont fait part du fait qu'il était plus simple de faire les paniers en premier pour un souci d'organisation. En effet, pour la plupart des magasins, les collectes associatives ne surviennent pas tous les jours, il leur est donc impossible de tout donner aux organismes de solidarité contrairement aux paniers, qu'ils peuvent faire de manière illimitée.

D'autres magasins ont expliqué qu'étant limités au niveau du don, ils préféreraient privilégier les paniers Too Good To Go, ne rencontrant pas ce problème de plafond avec cette solution. Les magasins ne peuvent donc pas dépasser le plafond fixé par la direction, et préfèrent donc se diriger vers les paniers.

C'est l'une des problématiques que rencontre Eqosphere face à Leader Price. Les consignes données en interne sur le don sont parfois contradictoires avec les consignes d'Eqosphere. En effet, l'entreprise, encourage les magasins à donner le plus possible, alors qu'en interne, ils ont la consigne de ne pas dépasser un plafond imposé. Cette contradiction vient du fait que, auparavant, nous étions rémunérés au prorata du don. Plus un magasin donnait plus nous étions rémunérés. Par soucis d'économies, Leader Price imposait donc à ses magasins une limite de don à ne pas franchir. Aujourd'hui et depuis que je suis arrivée au sein de l'entreprise, la rémunération au prorata du don n'est plus actuelle. Désormais, nous sommes passés à une rémunération forfaitaire fixe. Ainsi, il n'y a plus vraiment de raisons à ce que l'enseigne Leader Price impose un plafond à ses magasins. Seulement, mes divers échanges avec les magasins attestent du fait que ce plafond est toujours en vigueur.

Les produits mis dans les paniers sont généralement, et le plus souvent des produits frais qui arrivent à date de péremption. Certains affirment que tous leurs produits frais vont dans les paniers et que le reste va aux associations, à savoir les produits secs qui n'ont pas de dates limites de consommation. (Biscuits, conserves, etc.) Ainsi, on peut remarquer que la majorité des Leader Price priorisent une lutte plutôt qu'une autre. Ils priorisent la lutte environnementale avec les paniers Too Good To Go au détriment de la lutte contre la précarité, avec le don.

Néanmoins, 24,4% des magasins sondés essaient d'établir un équilibre entre les paniers et le don. Comment cela se traduit-il concrètement ? Certains magasins préparent le don et les paniers en même temps. Ainsi, ils donnent la même quantité de produits pour les dons et pour les paniers. D'autres, lorsqu'il y a jour de collecte, décident tout simplement de ne pas réaliser de paniers pour ne pas impacter l'approvisionnement de l'association en question. On remarque donc que certains points de vente ont conscience des tensions qui peuvent survenir entre les différentes solutions de revalorisation, et par conséquent, essaient au maximum d'établir une équité.

Néanmoins, d'une manière générale, on remarque que cet équilibre n'est pas établi entre les paniers et le don, ce qui mène justement à des tensions entre lutte environnementale et lutte contre la précarité au sein de la lutte contre le gaspillage alimentaire. En effet, mon enquête montre que le choix de l'enseigne Leader Price semble pencher vers la lutte environnementale, au détriment de la lutte contre la précarité.

Mais alors, comment les associations vivent t'elles ce choix ? Leur approvisionnement est-il impacté à cause des paniers Too Good To Go ? C'est ce que j'ai voulu démontrer en réalisant des entretiens téléphoniques avec plusieurs associations partenaires d'Eqosphere qui bénéficient de denrées alimentaires auprès de Leader Price.

ii. Entretiens téléphoniques avec les associations : quel impact sur leur approvisionnement depuis la mise en place des paniers Too Good To Go ?

Comme énoncé précédemment, le questionnaire de satisfaction envoyé par mail n'était pas suffisant pour recueillir un panel de réponses exploitables, d'autant plus que très peu d'associations y ont répondu. Ainsi, j'ai appelé plusieurs associations bénéficiant de denrées alimentaires auprès de Leader Price pour savoir si l'arrivée des paniers Too Good To Go a impacté ou non leur

approvisionnement. Il était important avant, d'appeler les associations, de connaître le nombre de paniers produits par le magasin en question et son organisation face à ces deux solutions de valorisation d'inventaires afin de corréler les résultats aux constats des associations.

a. Objectifs

L'objectif de ces entretiens téléphoniques avec les associations est clair : savoir si les associations bénéficient de moins de denrées alimentaires depuis l'arrivée de l'application Too Good To Go au sein de l'enseigne Leader Price. Le but final est de mettre en exergue cette tension présente entre lutte environnementale et lutte contre la précarité au sein du combat contre le gaspillage alimentaire et plus généralement au sein des enjeux sociétaux actuels.

b. Méthodologie

Ma méthodologie pour réaliser ces entretiens téléphoniques était simple. J'ai appelé les associations qui passent récupérer des denrées dans les magasins Leader Price en leur posant différentes questions sur leur niveau de satisfaction sur leur approvisionnement, à savoir la qualité des denrées, la traçabilité, et la quantité des produits reçus.

Concrètement la trame d'entretien était la suivante :

“ Nous réalisons une enquête de satisfaction auprès des associations partenaires qui récupèrent des denrées alimentaire auprès des magasins Leader Price pour connaître leur niveau de satisfaction sur leur approvisionnement auprès des Leader Price. Avez-vous quelques minutes pour y répondre ?” :

- 1. “Comment évalueriez-vous, d'une échelle de 1 à 5, la qualité des produits dont vous bénéficiez auprès des Leader Price”*
- 2. “Sur une échelle de 1 à 5, êtes-vous satisfait de la quantité des produits donnés par le Leader Price auprès duquel vous vous approvisionnez ?”*

- *“Avez-vous constaté une baisse des dons depuis quelques temps ?”*
 - *“Si oui, pensez-vous que cela soit corrélé à l’utilisation des paniers Too Good To Go par le/les magasins ?”, “Si oui, vous avez un peu moins de don, moitié moins de dons ou quasiment plus de dons ?”,*
3. *“Toujours sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous la traçabilité des produits reçus par Leader Price ? Le magasin vous donne-t-il les bons de sortie^{*30} ?”*

La question numéro 2 est la question centrale de mon enquête puisqu’il s’agissait vraiment de savoir si l’utilisation des paniers Too Good to Go par les supermarchés Leader Price était la cause de la baisse éventuelle des produits reçus par les associations. Je tiens à préciser que je posais seulement la question sur l’éventualité d’une baisse de dons seulement lorsque l’association évaluait à 1, 2 voire 3 sur 5 sa satisfaction sur la quantité de dons reçus.

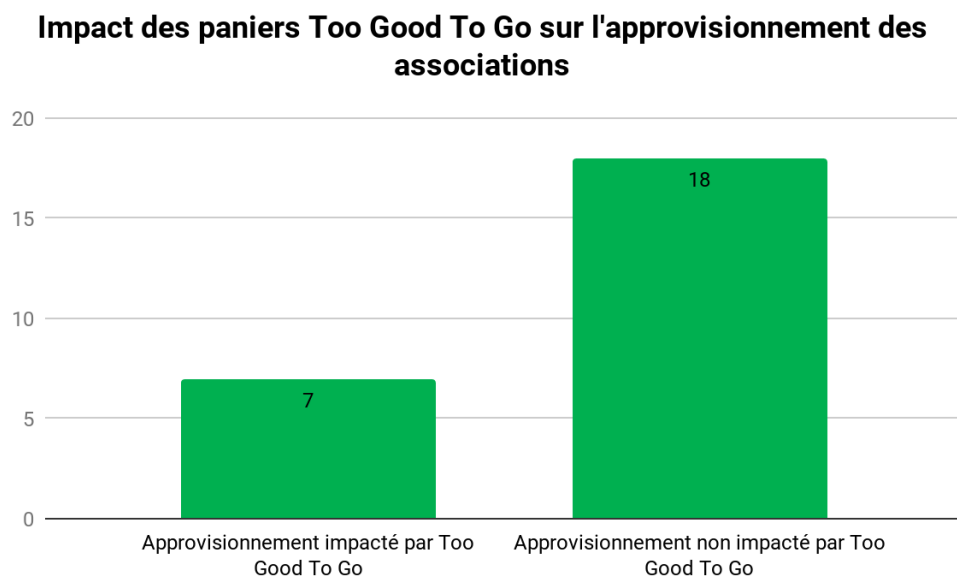
c. Résultats

J’ai pu mener mes entretiens téléphoniques auprès de 13 associations partenaires, puisque déjà 12 associations avaient répondu au questionnaire de satisfaction. Au total, j’ai donc eu le retour de 25 associations partenaires.

Sur vingt-cinq associations, dix-huit ne sont pas impactées par les paniers Too Good To Go ce qui est une bonne chose. En effet, cela montre que même si 60 % des magasins priorisent les paniers Too Good To Go pour revaloriser leurs invendus, ils ne diminuent pas pour autant, la quantité de don. Ce constat positif est à relativiser, puisque n’ayant pas pu interroger les vingt-cinq

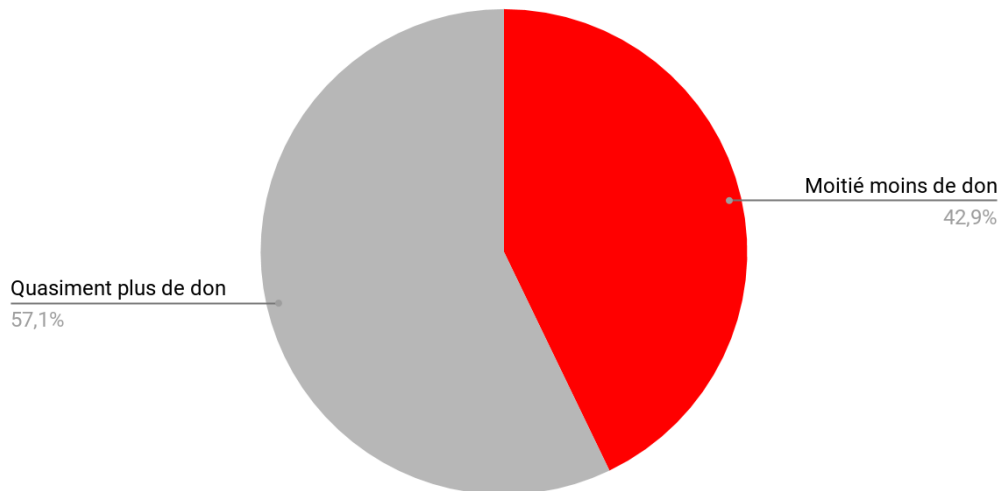
³⁰ Le bon de sortie est un document obligatoire qui permet d’assurer la traçabilité du don lors d’un éventuel contrôle. Le magasin doit donc, à chaque collecte de l’association remplir ce document, le signer et le tamponner, et donner un exemplaire à l’association.

associations restantes, je n'ai malheureusement pas toutes les données pour confirmer cette constatation positive.



Néanmoins, nous constatons que sept d'entre elles sont directement impactées par la mise en place des paniers par le ou les magasins Leader Price auprès desquels elles s'approvisionnent. En effet, elles constatent une diminution de la quantité de produits reçus. Mais quel est l'impact concret de Too Good To Go sur leur approvisionnement ?

Impact concret des paniers Too Good To sur l'approvisionnement des associations



Même si les associations impactées par les paniers ne sont pas majoritaires et ne représentent même pas la moitié des associations interrogées, l'impact des paniers sur leur approvisionnement est considérable et non négligeable. En effet, 42,9 % des sept associations bénéficient de moitié moins de don depuis la mise en place des paniers Too Good To Go par Leader Price, ce qui est colossal. 57,1% d'entre elles n'ont quasiment plus de don, ce qui est dramatique quand l'on sait que beaucoup d'associations bénéficient de denrées alimentaires auprès que d'un ou deux magasins. Ainsi, la réduction du don à cause des paniers Too Good To Go est un le point de départ d'un véritable problème, puisque si les associations ont moins de don, elles ont automatiquement moins de denrées à distribuer à leurs bénéficiaires, augmentant ainsi le risque d'une hausse de la précarité alimentaire en France.

Le tableau ci-dessous permet de voir concrètement si l'impact de l'approvisionnement des associations est subordonné au nombre de paniers effectués par le magasin auprès duquel elles bénéficient de don. Chacune des colonnes correspond à une association qui collecte auprès d'un magasin Leader Price.

Nombre de paniers Too Good To Go par jour	Impact des paniers Too Good To Go sur l'approvisionnement des associations
entre 5 et 10	Moitié moins de don
entre 1 et 5	Moitié moins de don
20 et plus	Quasiment plus de don
entre 5 et 10	Quasiment plus de don
entre 1 et 5	Moitié moins de don
entre 15 et 25	Quasiment plus de don
Entre 5 et 10	Moitié moins de don

On remarque que, même si le magasin ne fait pas beaucoup de paniers, l'approvisionnement de l'association en question est quand même réduit. Comme énoncé précédemment, un panier peut contenir 5 à 8 denrées alimentaires, ce qui est déjà considérable. Cumulé plusieurs paniers Too Good To Go réduit ainsi considérablement le don. Comme l'application marche bien et que les magasins en sont satisfaits puisqu'ils réduisent leur taux de casse, c'est à dire leur taux de produits qui vont à la poubelle, le magasin peut décider d'augmenter les paniers ce qui aggraverait la situation des associations. En effet, l'exemple d'un magasin que j'ai rencontré illustre parfaitement ce cas. Le directeur de ce magasin en question m'a confié qu'il avait, à un moment donné, souhaité augmenter le nombre de collectes de l'association. Seulement, constatant que les paniers marchaient très bien, il a préféré augmenter le nombre de paniers au détriment de l'association.

Pour revenir aux résultats de mon enquête, d'après sept associations, ce sont les produits frais qui ont le plus diminué au niveau du don. Cette diminution est justement due aux paniers Too Good To Go puisque ce sont principalement des produits frais qui arrivent à date de péremption qui vont aux paniers. Les produits frais sont principalement de la viande, du poisson, des œufs, des fruits et légumes et tout aliment ayant une date limite de consommation. Le rapport d'activité du réseau des banques alimentaires de 2017 indique que les produits

frais sont les denrées qui leur manquent le plus dans leur approvisionnement auprès des différents donateurs. En effet, durant l'année 2017, ils ont collecté 8% de produits frais pour un idéal de 12% et 26% de fruits et légumes pour un idéal de 33%.³¹

Il faut savoir que la grande et moyenne distribution est le premier donateur du réseau des banques alimentaires avec un taux d'approvisionnement de 41%, et c'est aussi le cas pour d'autres réseaux associatifs comme la Croix-Rouge, le Secours Populaire et les Restos du cœur. Ainsi, si tous les produits frais partent aux paniers Too Good To Go, l'idéal fixé pour répondre aux besoins des associations ne sera jamais atteint, et la collecte de produits frais risque de chuter si les magasins continuent de prioriser les paniers Too Good To Go au détriment du don. L'arrivée de ce type de revalorisation à destination du grand public est donc un facteur de risque pour l'approvisionnement quotidien d'associations auprès de la grande distribution. Elle représente d'autant plus un risque pour les petites structures associatives qui ne bénéficient que de collectes auprès d'une seule enseigne voir d'un seul magasin Leader Price par exemple.

En effet, les grands réseaux associatifs sont plus protégés face à ce risque puisqu'ils ont diverses sources d'approvisionnement. Ils bénéficient du Fonds d'Aide aux plus Démunis créé par l'Union Européenne (*cf p.43*) et collectent, généralement, des denrées auprès de plusieurs enseignes de grande distribution. Parmi les sept associations qui ont déclarées être impactées par la mise en place des paniers chez Leader Price, trois d'entre elles sont des grandes structures (Secours Populaire) et quatre d'entre elles sont des structures associatives plus petites. L'arrivée de l'application Too Good To Go en 2016 représente un plus grand danger pour les petites structures que pour les grandes qui ont d'autres sources d'approvisionnement.

³¹ *Rapport d'activité Banques Alimentaires (2017)*, p.26 et 27 [en ligne] [Consulté le 23/03/2019]. Disponible sur : https://www.banquealimentaire.org/sites/default/files/2018-08/rapport_annuel_2017_vf_bd.pdf

Néanmoins, l'application Too Good To Go est utilisée par diverses enseignes de distribution comme Auchan, Monoprix, G20, etc. Ainsi, à terme, la collecte des associations, auprès de la grande distribution, quel que soit leur taille, peut entraîner une baisse considérable du don, ce qui impactera l'aide alimentaire en France. *“C'est une honte que la grande distribution fasse des paniers Too Good To Go, car les plus démunis n'ont même pas les moyens d'acheter un panier.”* Cette phrase, tirée d'un responsable de collecte d'une association avec lequel je me suis entretenue dans le cadre de mes entretiens téléphoniques reflète bien le sentiment des associations face à Too Good To Go.

L'arrivée récente de l'application mobile Too Good To Go qui semble avoir séduit la grande distribution constitue un danger pour le ravitaillement des associations, qui n'est hélas pas le seul. La réforme du Fonds Social d'Aide aux plus Démunis à l'horizon 2021 représente également une menace pour ces associations. Cette cumulation de plusieurs facteurs de risques ne représente-t-elle pas un danger pour l'avenir de l'aide alimentaire en France ?

2) Mise en perspective de l'avenir de l'aide alimentaire en France

i. Le Fonds social d'aide aux plus démunis : une aide précieuse pour l'aide alimentaire française menacée à l'horizon 2021

Depuis 2014, dans le cadre de l'objectif de sortie de la pauvreté et de l'exclusion sociale à l'horizon 2020, l'Union européenne a développé le Fonds Européen d'Aide aux plus Démunis (FEAD). Ce fonds a été créé pour apporter une aide alimentaire et/ou une assistance matérielle de base à des personnes en situation de grande précarité.³² Le Fonds Social d'Aide Aux plus Démunis dispose d'un budget de 3,8 milliards d'euros pour la période 2014-2020. Chaque Etat membre est libre d'allouer ce budget à sa convenance, en prenant en

³²« Expliquez-nous...Le fonds européen d'aide aux plus démunis », *FranceInfo* [en ligne] [Consulté le 23/03/2019]. Disponible sur : https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/expliquez-nous/expliquez-nous-le-fonds-europeen-d-aide-aux-plus-demunis_2455256.html

compte les besoins de son pays. La France a choisi de dédier la totalité de son enveloppe budgétaire, soit 587,4 millions d'euros, à la lutte contre la précarité alimentaire. Cette aide financière est destinée à l'achat de denrées alimentaires confiées, ensuite, aux quatre grands réseaux associatifs français qui se chargent de la distribution de ces denrées à travers leurs réseaux et associations partenaires. Ces principales associations étant la Croix-Rouge Française, le Secours Populaire, les Restos du Cœur et la Fédération Française des Banques Alimentaires.

Il faut savoir qu'en France, 500 millions d'euros ont été alloués à l'achat, au transport, au stockage et à la distribution de denrées alimentaires sur la période 2014-2020. En 2016, les quatre réseaux associatifs ont bénéficié de 69 000 tonnes de vivres alimentaires, ce qui représentait une valeur de 64,8 millions d'euros.

De manière générale, le Fonds Européen d'Aide aux plus Démunis constitue la première source d'approvisionnement pour ces associations. En effet, 30% des denrées distribuées par ce tissu associatif proviennent de ce fonds. Néanmoins, à l'horizon 2021, cette précieuse aide alimentaire apportée par l'Europe Sociale pourrait être menacée du fait de la fusion entre le Fonds Social d'aide aux plus démunis avec le Fonds social européen (FSE) qui vont former le FSE "+" à partir de 2021. En effet, selon un rapport des Restos du Cœur, cette fusion entraînera une diminution de moitié des fonds réservés à l'aide alimentaire européenne³³. Le secrétaire général des Restos du Cœur, Jean-Claude Guesdon a exprimé son inquiétude "*Ces fonds sont garantis jusqu'en 2020, mais nous sommes très inquiets, car le plan 2021-2027 fait actuellement l'objet de négociations et la décision doit tomber cet automne.*"³⁴ Ces associations militent auprès de l'Union Européenne afin que les fonds

³³ « L'aide alimentaire européenne, une priorité », La Croix-Rouge, Secours Populaire, Restos du Cœur, Banques alimentaires. [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.restosducoeur.org/wp-content/uploads/2016/04/plaquette-fead-assos-mars-2019.pdf>

³⁴ Jean-Claude Guesdon cité par Julie Bienvenu, « les dons alimentaires représentent la moitié de ce qui est distribué par les Restos du Cœur, (2019) *Le Monde* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/08/les-dons-alimentaires-representent-la-moitie-de-ce-qui-est-distribue-par-les-restos-du-c-ur_5433370_3244.html

alloués à l'aide alimentaire ne soient pas réduits, puisqu'en France, le Fonds Social d'Aide aux plus Démunis permet de venir en aide à 13,9% de la population française vivant sous le seuil de pauvreté.

ii. La grande distribution : une source d'approvisionnement indispensable pour l'aide alimentaire

L'autre principale source d'approvisionnement des réseaux d'aide alimentaire est la grande distribution. En effet, comme énoncé précédemment, la Banque Alimentaire se fournit à hauteur de 41% auprès des enseignes de grande distribution et seulement à 24% auprès de l'Union Européenne, par le biais de Fonds européen d'aide aux plus démunis.³⁵ Pour les Restos du Cœur, les ramasses auprès des enseignes de grande distribution ont représenté en 2018, 27 000 tonnes de denrées alimentaire Le reste des denrées alimentaires proviennent de l'Union Européenne via le Fonds Européen d'Aide aux plus Démunis, puis à une échelle plus restreinte, d'industriels.

Face à la future réduction de ce fonds, la grande distribution apparaît donc comme une source d'approvisionnement indispensable pour l'aide alimentaire. Le problème, c'est que l'arrivée de l'application mobile Too Good To Go qui a semblé, d'après mon enquête auprès des magasins Leader Price, avoir séduit plusieurs enseignes de distribution, impacte l'approvisionnement des associations. Il est donc possible qu'à termes, l'aide alimentaire ait une réelle difficulté à se fournir en denrées alimentaire. En effet, la réduction du budget du fonds européen alloué à l'aide alimentaire cumulé à la baisse des dons notés par quelques associations à cause d'autres types de valorisation d'invendus comme les paniers Too Good To Go, met en péril l'approvisionnement en denrées alimentaires des organismes d'aide alimentaire.

³⁵ « Nos sources d'approvisionnement », *Banques Alimentaires* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.banquealimentaire.org/nos-sources-dapprovisionnement-179>

iii. L'avenir de l'aide alimentaire en danger : va-t-on vers une augmentation de la précarité alimentaire ?

La précarité, de manière générale, est une situation dans laquelle une personne se trouve, ne lui permettant pas de subvenir financièrement à ses besoins. L'insécurité alimentaire découle généralement de la précarité. « *L'insécurité alimentaire est un état dans lequel se trouve une personne, ou un groupe de personnes, lorsque la disponibilité d'aliments sains et nutritifs, ou la capacité d'acquérir des aliments personnellement satisfaisants par des moyens socialement acceptables, est limitée ou incertaine.* ». ³⁶. Aujourd'hui en France, près de 8 millions de personnes sont en situation de précarité alimentaire.

Selon une étude sur la précarité réalisée par le laboratoire d'étude Ipsos en juin 2018, 39 % des personnes interrogées ont connu une situation précaire à un moment donné de leur vie, soit, 2% de plus par rapport à 2017 (échantillon de 1016 personnes).

Pour 1 français sur 5, il est difficile financièrement de se procurer une alimentation saine et de qualité lui permettant de manger trois repas par jour. 27% des interviewés admettent leur difficulté à consommer des fruits et légumes frais quotidiennement, 22% de manger du poisson au moins une fois par semaine, et 17% de la viande une fois par semaine. ³⁷

Face à ces chiffres, les français sont persuadés que l'aide alimentaire européenne est indispensable pour lutter contre la précarité alimentaire, mais pas que. En effet, 84% des français sont convaincus que l'aide alimentaire, outre le fait qu'elle permette à des personnes démunies de se nourrir dignement, elle est aussi génératrice de lien social et permet de répondre à des problématiques plus durables afin de sortir définitivement de la précarité (problématiques de logement, de santé, etc.).

Mais alors, si l'aide alimentaire est mise en danger face à l'arrivée de Too Good To Go, et à la réduction budgétaire allouée à l'aide alimentaire en France,

³⁶ « Qu'est-ce que l'insécurité alimentaire », *CIUSS Québec* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.ciusss-capitalenationale.gouv.qc.ca/expertise-et-partenariat/sante-publique/vivre-sans-faim/sinformer/quest-ce-que-linsecurite>

³⁷ « La crainte de la précarité reste forte chez les français », *Ipsos* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.ipsos.com/fr-fr/la-crainte-de-la-precarite-reste-forte-chez-les-francais>

dans le cadre du fonds d'aide aux plus démunis, va-t-on vers une augmentation de la précarité ?

Face à cette tension bien mise en exergue entre lutte contre la précarité et lutte environnementale dans le défi de la réduction du gaspillage alimentaire, n'est-il pas indispensable de converger les deux luttes afin d'être plus équitable et de réellement entamer une transition écologique acceptable, et juste pour tous et toutes ? C'est ce que nous allons voir dans cette dernière partie du mémoire. Nous allons montrer qu'il existe des solutions qui allient lutte environnementale et sociale, et que ces solutions doivent inspirer la lutte contre le gaspillage alimentaire dans la grande distribution pour qu'une solution de revalorisation à visée environnementale comme Too Good To Go ne prenne pas le dessus sur le don, solution à visée sociale.

III. Converger lutte environnementale et sociale : une nécessité pour une transition écologique effective et acceptable

« [...] Pour que la transition écologique devienne effective, il est nécessaire de l'inscrire comme réponse en même temps aux urgences sociales, écologiques et économiques. Réconcilier ces trois enjeux permettra alors de concevoir des politiques de développement durable qui répondent aux attentes de court terme tout en s'articulant avec les objectifs de long terme de la transition écologique. »³⁸

A. L'indissociabilité de la lutte environnementale et sociale : l'actualité le montre

“*Fin du monde, fin du mois, même combat.*”, voici une phrase que nous avons beaucoup entendue ces derniers temps de par l'actualité politique et les différentes marches citoyennes des derniers mois. Les luttes environnementales et sociales seraient-elles de plus en plus convergentes ? Les récents événements de l'année 2019 le montrent. On observe de plus en plus cette tendance convergente entre des luttes qui initialement semblaient être séparées. (cf *contexte théorique de l'opposition faite entre lutte environnementale et lutte sociale*, p. 1)

³⁸ Agnès Michel, Clélia Marty, Esther Finidori, Florian Mayneris, Pierre Musseau “Pour une politique sociale-écologique : protéger l'environnement et réduire les inégalités”, *Terra Nova* (2014) [en ligne], [consulté le 13/04/2019]. Disponible sur <http://tnova.fr/etudes/pour-une-politique-sociale-ecologique-protoger-l-environnement-et-reduire-les-inegalites>

1) Le pacte du pouvoir de vivre : une initiative politique pour allier transition écologique, justice sociale et lutte contre les inégalités

L'ancien ministre de la transition écologique avait clairement annoncé, à la fin de l'année de 2018, la nécessité de *“combiner les problèmes de fin de mois et de fin du monde.”*³⁹

En mars 2019, Nicolas Hulot a lancé avec Laurent Berger, actuellement secrétaire général de la Confédération Française Démocratique du Travail (CFDT) et ancien ministre de la transition écologique, un pacte *“du pouvoir de vivre”* déclinant soixante-six propositions pour *“rendre définitivement indissociables l'enjeu écologique et l'enjeu social”*.⁴⁰ Cette initiative politique a également été soutenue par dix-neuf associations, organisations non gouvernementales et syndicats. L'objectif de ce pacte est de défendre collectivement des propositions qui œuvrent pour une transition écologique sociale et solidaire, et ce, dans le cadre du grand débat national afin de concilier transition écologique, lutte contre les inégalités et justice sociale.

Cette initiative a été saluée par une des figures du mouvement des Gilets Jaunes, Priscillia Ludosky qui pense que les mouvements écologistes et sociaux *“dénoncent et visent les mêmes cibles”*.⁴¹

³⁹ Nicolas Hulot, cité par Coralie Schaub, « Nicolas Hulot, combiner les problèmes de fin de mois et de fin du monde » (2018), *Libération* [en ligne], [consulté le 14/04/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/france/2018/11/23/nicolas-hulot-combiner-les-problemes-de-fin-de-mois-et-de-fin-du-monde_1693737

⁴⁰Nicolas Hulot et Laurent Berger, cités par Simon Roger, Audrey Garric et Rémi Barroux, « Nicolas Hulot et Laurent Berger : « 66 propositions pour un pacte social et écologique » » (2019), *Le Monde* [en ligne] [consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/05/nicolas-hulot-et-laurent-berger-66-propositions-pour-un-pacte-social-et-ecologique_5431466_3244.html

⁴¹Priscillia Ludosky, cité par Coralie Schaub, « Ecologie : un front commun avec les gilets jaunes et les syndicats » (2019), *Le Monde*. [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/france/2019/03/15/ecologie-un-front-commun-avec-les-gilets-jaunes-et-les-syndicats_1715488

2) La marche pour le climat et la justice sociale : une initiative citoyenne où l'écologie et le social vont de pair

En mars 2019, une marche pour le climat et la justice sociale a eu lieu dans plusieurs villes de France. Lors de cette mobilisation citoyenne, les partisans de la lutte environnementale et sociale se sont réunis pour montrer qu'il est possible de converger enjeux sociaux et environnementaux. Cyril Dion, le cofondateur des Colibris a dit *« Il y a beaucoup de convergence entre les gilets jaunes et le mouvement pour le climat, même si certains ont tenté de les opposer. Nous sommes là pour montrer que les inégalités sociales et la destruction de la biodiversité ont la même origine, un système tourné vers le profit à court terme [...] Pour le combattre, nous devons devenir la majorité culturelle et être des millions ! »*⁴². Cette marche qui a réuni les partisans du climat et les Gilets Jaunes montre bien que les deux luttes trouvent des points communs et s'allient pour plaider contre un système politique qu'ils jugent inéquitable et dévastateur pour l'environnement.

B. Des solutions politiques et économiques qui allient enjeux sociaux et enjeux environnementaux

1) La lutte contre la précarité énergétique : exemple de politique alliant urgence écologique et précarité sociale

Le logement est le domaine où l'alliance des intérêts écologiques et sociaux est la plus évidente puisqu'aujourd'hui, sept millions d'habitations sont mal isolées, nécessitant ainsi un chauffage intensif qui pèse lourd sur le budget des modestes ménages et sur l'environnement. La politique française de lutte contre la précarité énergétique va vers cette convergence pour lutter contre cette problématique à la fois sociale et environnementale. En effet, l'Etat a mis en place

⁴² Cyril Dion, cité par Marine Lamoureux, « Les marcheurs pour le climat veulent allier écologie et justice sociale », (2019), *La Croix* [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : <https://www.la-croix.com/France/marcheurs-climat-reclament-ecologie-juste-2019-03-16-1201009294>

divers moyens visant à réduire la précarité énergétique, véritable vecteur de fracture sociale et à impact environnemental conséquent.

La situation de précarité énergétique se définit comme « [...] *une personne qui éprouve dans son logement des difficultés particulières à disposer de la fourniture d'énergie nécessaire à la satisfaction de ses besoins élémentaires en raison de l'inadaptation de ses ressources ou de ses conditions d'habitat.* ». ⁴³

L'une des solutions mise en œuvre par l'Etat est la prime à la transition énergétique, prime qui permet de financer à hauteur de 30% des travaux d'isolations et d'amélioration de chauffage de logements afin que les ménages fassent des économies d'énergies tout en luttant contre le dérèglement climatique. Cette mesure est sans condition de revenus, elle est donc aussi accessible aux revenus les plus modestes. Dans le même principe, il y a la prime à la conversion des véhicules. Le but de cette prime est de renouveler le parc automobile français en sortant les véhicules diesel et essence les plus polluants de la circulation. Cette mesure vise donc à améliorer la qualité de l'air en réduisant la pollution atmosphérique dégagée par les véhicules polluants. Concrètement, l'Etat s'engage à verser une prime pour toute personne achetant une voiture neuve ou d'occasion récente, en échange de la mise à la casse de son ancien véhicule. En 2018, cette prime a été doublée pour les ménages non imposables, à savoir les ménages les plus modestes. Autre mesure qui lutte contre la précarité énergétique tout en luttant contre le dérèglement climatique, le chèque énergie. Ce chèque, d'un montant de 150€ est versé aux ménages les plus modestes afin de les aider à payer leurs factures d'énergie. En 2019, le montant a été revalorisé avec une augmentation de 50€ pour pallier à l'augmentation de la fiscalité carbone.

Même si toutes ces mesures peuvent être critiquables, elles agissent en menant de front la problématique environnementale et sociale en prenant en compte la situation précaire de certains ménages français. Ces outils de lutte contre la précarité énergétique sont un bon exemple pour montrer qu'il est possible de mener des politiques alliant prise en compte sociale dans des politiques environnementales.

⁴³« La précarité énergétique : avoir froid ou dépenser trop pour se chauffer », *INSEE* [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280942>

Alors, pourquoi ne pas mettre en place le même type de solution dans la lutte contre le gaspillage alimentaire au sein de la grande distribution ? Il est nécessaire d'établir un certain équilibre entre la revalorisation d'inventus à destination de personnes en grande précarité et la revalorisation d'inventus visée uniquement environnementale, comme les paniers Too Good To Go.

2) Initiatives alliant enjeux environnementaux et sociaux : de la mobilité à l'alimentation

i. Une mobilité qui laisse peu d'empreintes

Depuis quelques années, des initiatives qui convergent lutte environnementale et justice sociale fleurissent partout en France. Des associations, entreprises et collectivités s'engagent vers une transition écologique juste socialement. Nous allons faire un tour d'horizon de ces initiatives qui montrent qu'une transition écologique peut aussi être sociale.

Au niveau de la mobilité, la gratuité des transports est régulièrement citée comme une solution à la fois sociale et environnementale qui permet de réduire les inégalités et de diminuer le trafic routier, et donc les émissions de CO2. Cette mesure a déjà prouvée son efficacité dans plusieurs communes française. Le covoiturage se développe aussi beaucoup avec des entreprises comme Blablacar. Le développement des pistes cyclables dans différentes villes est aussi un gage de réduction de l'impact environnemental tout en étant accessible à tous, puisque le vélo est bien moins cher qu'une voiture ou un scooter par exemple.⁴⁴

⁴⁴ « Comment la société civile invente l'écologie sociale », dossier *Fin du monde, fin du mois, même combat ? Comment allier écologie et justice sociale Socialter*, avril-mai 2019, n°34, p.28

ii. Alimentation : de la consommation à la revalorisation, des initiatives solidaires et bonnes pour la planète

Plusieurs initiatives d'alimentation saine et solidaire se sont développées à travers la France. Par exemple, il existe des cantines solidaires qui proposent des produits issus de l'agriculture biologique locale pour un coût abordable. C'est le cas d'une cantine située dans le quartier le plus pauvre de Marseille. Il existe également des restaurants participatifs, où l'on promeut une alimentation durable autour de repas cuisinés par les habitants. L'un de ces restaurants est situé à Lyon. Les produits sont des produits bios, locaux et de saison et sont proposés à prix libre, donc accessible à tous.

Dans le domaine de la lutte contre le gaspillage alimentaire, beaucoup de solutions solidaires fleurissent. Outre l'aide alimentaire, qui permet de lutter contre la précarité alimentaire tout en réduisant l'impact environnemental du gaspillage alimentaire, il existe d'autres solutions qui combinent lutte environnementale et aide aux plus démunis.

Le concept du "frigo solidaire" en est l'exemple parfait. Un frigo est déposé devant un commerce et tout le monde peut y déposer de la nourriture ou en prendre gratuitement. Il s'agit d'une initiative écologique et solidaire puisque le but est de lutter contre le gaspillage alimentaire tout en aidant des personnes en difficulté. Divers réfrigérateurs se sont implantés dans la capitale française, ce qui montre que les besoins ne cessent de croître.⁴⁵

Il existe donc de nombreuses solutions qui allient enjeu environnemental et enjeu social. Ces diverses initiatives doivent inspirer la grande distribution dans sa lutte contre le gaspillage alimentaire, puisqu'elle ne se rend pas compte que son choix qui semble, d'après mon enquête, plus se tourner vers les paniers Too Good To Go a un réel impact négatif sur l'aide alimentaire. Aide alimentaire qui est indispensable pour venir en aide aux personnes en situation de précarité. En

⁴⁵ « Comment la société civile invente l'écologie sociale », dossier *Fin du monde, fin du mois, même combat ? Comment allier écologie et justice sociale Socialter*, avril-mai 2019, n°34, op.cité p.30

effet, comme vu précédemment, l'aide alimentaire est dépendante de la grande distribution, si la grande distribution se tourne progressivement vers une solution à visée uniquement écologique, l'impact serait désastreux pour ces organismes d'aide alimentaire, et par conséquent, pour les personnes en difficulté.

3) La revalorisation des invendus alimentaire en grande distribution : la nécessité de mettre en place cette convergence

Mon enquête menée auprès des magasins Leader Price et des associations d'aide alimentaire a démontré que le fait d'utiliser à la fois, les paniers Too Good To et le don pour revaloriser les invendus menait à des tensions et à un certain déséquilibre qui impacte l'approvisionnement des associations. Mais, alors comment la grande distribution peut-elle combiner ces deux solutions sans que l'une d'entre elles, à savoir le don, soit mise de côté ?

Je me permets d'émettre diverses préconisations qui permettraient d'allier ces deux solutions, et donc de mener de front lutte environnementale et lutte contre la précarité. Tout d'abord, il semblerait judicieux que l'entreprise Too Good To Go et l'entreprise Eqosphere établissent un partenariat. Comme énoncé précédemment, les magasins Leader Price sont plafonnés sur le don, et ne peuvent dépasser ce montant de don, sous peine d'être réprimandés par le siège. Afin que les magasins établissent un équilibre entre les paniers et le don, il suffirait qu'ils donnent tous leurs invendus à des associations jusqu'à ce que le plafond soit atteint, et lorsqu'il est atteint, revaloriser le reste des invendus en paniers Too Good To Go, et non pas le contraire, comme beaucoup de magasins le font.

Je pense aussi qu'il est nécessaire d'aller plus loin et de développer des obligations légales quant à la nécessité d'équilibrer les différentes solutions de revalorisation pour que l'une des solutions, particulièrement le don, ne soit pas exclue. On peut imaginer une révision de la Loi Garot où la mise en place d'un équilibre soit obligatoire, pour que la démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire dans la grande distribution soit « gagnant-gagnant ». De plus, réaliser

du don est plus avantageux au niveau fiscal que les paniers Too Good To Go, alors pourquoi ne pas au moins équilibrer les deux solutions ?

D'autre part, il faudrait que l'enseigne Leader Price arrête ce système de plafond qui représente un réel frein pour l'approvisionnement des associations et pour les magasins.

CONCLUSION

A travers ce mémoire, j'ai pu mettre en évidence le déséquilibre existant entre divers types de valorisation d'invendus au sein de la grande distribution, et particulièrement au sein l'enseigne Leader Price. Nous avons compris que ce déséquilibre menait à des impacts considérables pour l'aide alimentaire française. Même si la loi Garot a permis d'encadrer la lutte contre le gaspillage alimentaire et d'augmenter le don, l'arrivée d'applications mobiles, comme Too Good To Go représentent un danger pour l'approvisionnement futur des associations de solidarité, et pour l'aide alimentaire en général.

Il est donc nécessaire que la grande distribution prenne en compte les impacts engendrés par ses choix, et établisse un équilibre entre les diverses solutions de valorisation des invendus. Mais est-ce vraiment le rôle de la grande distribution ? Se sent-elle vraiment concerner par cette problématique sociale ? La rentabilité étant l'objectif premier, l'établissement d'un équilibre concernant la valorisation des invendus n'est clairement pas leur priorité. N'est-il pas alors nécessaire d'agir au niveau législatif pour rendre cet équilibre obligatoire ?

Ce mémoire aura permis de mettre en avant une problématique méconnue dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, et de montrer que ce combat, n'en est qu'à ses débuts, et qu'il faille améliorer, modifier et mieux encadrer cette lutte afin de répondre à cette problématique environnementale et sociale. Néanmoins, il ne s'agit pas d'établir une critique de l'application Too Good To Go, mais de mettre en lumière et de sensibiliser les émetteurs de gaspillage alimentaire, à savoir la distribution ou d'autres acteurs, à la nécessité de converger lutte sociale et environnementale pour lutter contre le gaspillage alimentaire, qui est un fléau social et écologique.

BIBLIOGRAPHIE

Articles de revue

« Comment la société civile invente l'écologie sociale », dossier *Fin du monde, fin du mois, même combat ? Comment allier écologie et justice sociale* *Socialter*, avril-mai 2019, n°34, p.28

« Comment la société civile invente l'écologie sociale », dossier *Fin du monde, fin du mois, même combat ? Comment allier écologie et justice sociale* *Socialter*, avril-mai 2019, n°34, op.cité p.30

Parole de manifestants, cité par Philippe Vion-Dury, ? “La justice sociale : nécessaire, mais insuffisante”, *Fin du monde, fin du mois, même combat. Socialter*, n°34, avril-mai 2019, n°34, p.18-19

Sites web

Agnès Michel, Clélia Marty, Esther Finidori, Florian Mayneris, Pierre Musseau “Pour une politique sociale-écologique : protéger l'environnement et réduire les inégalités”, *Terra Nova (2014)* [en ligne], [consulté le 13/04/2019]. Disponible sur <http://tnova.fr/etudes/pour-une-politique-sociale-ecologique-protger-l-environnement-et-reduire-les-inegalites>

« Avenir du fonds européen d'aide aux plus démunis »(2019) , *Sénat, 15^e législature* [en ligne] [Consulté le 23/03/2019]. Disponible sur <http://www.senat.fr/questions/base/2018/qSEQ180806492.html>

Baromètre 2018 de la valorisation des invendus en grande distribution (2018) [En ligne] [Consulté le 15/02/2019]. Disponible sur : https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-02/barometre_2018_valorisation_invendus.pdf

Céline Guivarch « le changement climatique impacte la lutte contre les inégalités », ID4D (2018) [en ligne], [consulté le 15/03/2013]. Disponible sur : <https://ideas4development.org/changement-climatique-inegalites/>

Centre d'observation de la société « Quelle insécurité alimentaire aujourd'hui en France ? » (2016) [en ligne] [consulté le 27/03/2019]. Disponible sur : <http://www.observationsociete.fr/revenus/pauvrete/quelle-insecurite-alimentaire-aujourd'hui-en-france.html>

« Ecologie et inégalités », *Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et pour l'Homme* (2016) [en ligne], [consulté le 17/03/2013]. Disponible sur : <http://www.fondation-nature-homme.org/magazine/ecologie-et-inegalites/>

« Expliquez-nous...Le fonds européen d'aide aux plus démunis », *FranceInfo* [en ligne] [Consulté le 23/03/2019]. Disponible sur : https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/expliquez-nous/expliquez-nous-le-fonds-europeen-d-aide-aux-plus-demunis_2455256.html

« Gaspillage alimentaire : définition, enjeux et chiffres », *France Nature Environnement*, [en ligne] [consultée le 22 avril 2019]. Disponible sur <https://www.fne.asso.fr/dossiers/gaspillage-alimentaire-d%C3%A9finition-enjeux-et-chiffres>

« L'aide alimentaire européenne, une priorité », La Croix-Rouge, Secours Populaire, Restos du Cœur, Banques alimentaires. [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.restosducoeur.org/wp-content/uploads/2016/04/plaquette-fead-assos-mars-2019.pdf>

« La crainte de la précarité reste forte chez les français », *Ipsos* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.ipsos.com/fr-fr/la-crainte-de-la-precarite-reste-forte-chez-les-francais>

La Croix-Rouge Française, « infographie : l'aide alimentaire en 2015 » [en ligne] [consulté le 20/03/2019]. Disponible sur <https://www.croix-rouge.fr/Nos-actions/Action-sociale/Aides-alimentaires-materielles-et-financieres/aide-alimentaire/Infographie-l-aide-alimentaire-en-2015>

« La précarité énergétique : avoir froid ou dépenser trop pour se chauffer », *INSEE* [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280942>

Les magasins Cora s'engagent contre le gaspillage alimentaire et s'associent à Too Good To Go (2019), Too Good To Go [en ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur

[:https://toogoodtogo.fr/fr/press/releases/les-magasins-cora-sengagent-contre-le-gaspillage-alimentaire-et-sassocient-a-too-good-to-go](https://toogoodtogo.fr/fr/press/releases/les-magasins-cora-sengagent-contre-le-gaspillage-alimentaire-et-sassocient-a-too-good-to-go)

Les restaurants du Cœur, chiffres clés [en ligne] [consulté le 20/03/2019].

Disponible sur <https://www.restosducoeur.org/chiffres-cles/>

« Les 3 piliers du développement durable », 3-0 [en ligne] [Consulté le 14/03/2019]. Disponible sur : <http://www.3-0.fr/doc-dd/qu-est-ce-que-le-dd/les-3-piliers-du-developpement-durable>

L'utilitarisme, *Wikipédia* [en ligne], [consulté le 16/03/2019]. Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Utilitarisme>

« Lutte contre le gaspillage alimentaire » *Ça suffit le gâchis*, [en ligne] [consultée le 22 avril 2019]. Disponible sur : <http://www.casuffitlegachis.fr/collectivites/decouvrir-bonnes-pratiques/lutte-contre-gaspillage-alimentaire>

Ministère de la Transition écologique et solidaire, « le gaspillage alimentaire » (2018) [en ligne] [Consultée le 28/04/2019]. Disponible sur <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/gaspillage-alimentaire-0>

« Nos sources d'approvisionnement », *Banques Alimentaires* [En ligne]

[Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur :

<https://www.banquealimentaire.org/nos-sources-dapprovisionnement-179>

« Qu'est-ce que l'insécurité alimentaire », *CIUSS Québec* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur : <https://www.ciusss-capitalenationale.gouv.qc.ca/expertise-et-partenariat/sante-publique/vivre-sans-faim/sinformer/quest-ce-que-linsecurite>

Rapport d'activité Banques Alimentaires (2017), p.26 et 27 [en ligne] [Consulté le 23/03/2019]. Disponible sur :

https://www.banquealimentaire.org/sites/default/files/2018-08/rapport_annuel_2017_vf_bd.pdf

RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises : définition – Qu'est-ce que la RSE ? [En ligne] [Consulté le 20/03/2019]. Disponible sur : <https://e-rse.net/definitions/rse-definition/>

SES.Webclass [En ligne], [consulté le 16/03/2019]. Disponible sur : <http://ses.webclass.fr/notion/inegalites-sociales>

Zero waste France, « L'Ademe s'attaque au gaspillage alimentaire dans la grande distribution. » [en ligne] [Consulté le 03/04/2019]. Disponible sur : <https://www.zerowasteFrance.org/ademe-gaspillage-alimentaire-grande-moyenne-distribution/>

Revue en ligne

Cyril Dion, cité par Marine Lamoureux, « Les marcheurs pour le climat veulent allier écologie et justice sociale », (2019), *La Croix* [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : <https://www.la-croix.com/France/marcheurs-climat-reclament-ecologie-juste-2019-03-16-1201009294>

Eloi Laurent cité par, Anne-Cécile Bras, « Le mouvement des « gilets jaunes » est la première révolte sociale écologique », *Les Voix Du Monde* [en ligne] [consultée le 25/04/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/debats/2018/11/23/gilets-jaunes-partageons-l-ecologie_1693789?xtor=rss-450

Emilie Torgemen, « Guillaume Garot : Avec la loi antigaspillage, les dons ont bondi » *LeParisien* [en ligne][Consulté le 8/03/2019]. Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/societe/guillaume-garot-avec-la-loi-antigaspillage-les-dons-aux-associations-ont-bondi-04-02-2019-8004237.php>

Fabrice Flipo, « les inégalités écologiques et sociales : l'apport des théories de la justice », dans *Mouvements* (n° 60), pages 59 à 76, 2009, *Cairn.info* [en ligne], [consulté le 14/03/2019]. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-mouvements-2009-4-page-59.htm>

Guillaume Poingt, « Loi antigaspillage, quel bilan après 18 mois ? », *Le Figaro* [en ligne] [consulté le 03/03/2019]. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/2018/10/16/29001-20181016ARTFIG00007-loi-anti-gaspillage-alimentaire-quel-bilan-apres-18-mois.php>

Jean-Claude Guesdon cité par Julie Bienvenu, « les dons alimentaires représentent la moitié de ce qui est distribué par les Restos du Cœur, (2019) *Le Monde* [En ligne] [Consulté le 15/04/2019]. Disponible sur [:https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/08/les-dons-alimentaires-representent-la-moitie-de-ce-qui-est-distribue-par-les-restos-du-c-ur_5433370_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/08/les-dons-alimentaires-representent-la-moitie-de-ce-qui-est-distribue-par-les-restos-du-c-ur_5433370_3244.html)

Loïc Chauveau, « Quand le réchauffement climatique accentue les inégalités sociales » *sciences et avenir, cité par ATD Quart Monde (2016)* [en ligne], [consulté le 17/03/2013]. Disponible sur https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/climat/quand-le-rechauffement-climatique-accentue-les-inegalites-sociales_105226

Mehdi Ouraoui « Gilets Jaunes : partageons l'écologie », *Libération (2018)* [en ligne], [consulté le 20/03/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/debats/2018/11/23/gilets-jaunes-partageons-l-ecologie_1693789?xtor=rss-450

Nicolas Hulot, cité par Coralie Schaub, « Nicolas Hulot, combiner les problèmes de fin de mois et de fin du monde » (2018), *Libération* [en ligne], [consulté le 14/04/2019] . Disponible sur : https://www.liberation.fr/france/2018/11/23/nicolas-hulot-combiner-les-problemes-de-fin-de-mois-et-de-fin-du-monde_1693737

Nicolas Hulot et Laurent Berger, cités par Simon Roger, Audrey Garric et Rémi Barroux, « Nicolas Hulot et Laurent Berger : « 66 propositions pour un pacte social et écologique » » (2019), *Le Monde* [en ligne] [consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/05/nicolas-hulot-et-laurent-berger-66-propositions-pour-un-pacte-social-et-ecologique_5431466_3244.html

Priscillia Ludosky, cité par Coralie Schaub, « Ecologie : un front commun avec les gilets jaunes et les syndicats » (2019), *Le Monde*. [en ligne] [Consulté le 15/05/2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/france/2019/03/15/ecologie-un-front-commun-avec-les-gilets-jaunes-et-les-syndicats_1715488

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1 : Aperçu pacte national du gaspillage alimentaire.....	p.64
Annexe 2 : Texte législatif de la loi Garot.....	p.65
Annexe 3 : Questionnaire de satisfaction (version réduite).....	p.66
Annexe 4 : Cartographie des magasins Leader Price interrogés.....	p.69
Annexe 5 : Tableau de reporting des entretiens téléphoniques avec les magasins.....	p.70
Annexe 6 : Tableau de reporting des informations collectées lors des entretiens téléphoniques avec les associations.....	p.71

ANNEXE 1

PACTE NATIONAL DE LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE 2017-2020

UNE GOUVERNANCE RENOUVELÉE AUTOUR DE 7 AXES STRUCTURANTS 10 ENGAGEMENTS DE L'ÉTAT DÉCLINÉS EN 19 MESURES DE NOMBREUX PARTENAIRES RÉUNIS AUTOUR DE 16 MESURES

L'État ne peut rester indifférent au gaspillage alimentaire qui, en France, représente 150 kg par an et par personne de nourriture perdue tout au long de la chaîne alimentaire.

Outre la perte de nourriture, et l'impact négatif sur le budget des ménages, il représente également un gaspillage de matières premières et d'énergie devenu incompatible avec les objectifs de développement durable fixés tant au niveau local qu'à l'échelle internationale.

Aussi, le Gouvernement a souhaité renforcer l'action initiée dans le cadre du premier pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, lancé officiellement le 14 juin 2013 par le ministre de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, en inscrivant la lutte contre le gaspillage alimentaire comme l'une des quatre grandes priorités du nouveau Programme national pour l'alimentation (PNA), et comme l'un des 13 axes stratégiques du Programme national de prévention des déchets (PNPD) 2014-2020.

Il a par ailleurs confié à Guillaume Garot, député de la Mayenne, une mission pour identifier les verrous, définir de nouvelles modalités de mobilisation et amplifier la dynamique de lutte contre le gaspillage alimentaire. Cette mission a donné lieu à un rapport, remis au gouvernement le 14 avril 2015, ainsi qu'à des dispositions législatives favorisant la lutte contre le gaspillage alimentaire (article 102 de la loi n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) et loi n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire).

La lutte contre le gaspillage alimentaire est également devenue un enjeu politique majeur au niveau européen, en particulier dans le cadre du plan d'action de la Commission européenne en faveur de l'économie circulaire, publié le 5 décembre 2015, qui promeut la prévention des déchets, mais aussi au niveau mondial dans le cadre du

Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) qui a adopté une résolution *Prevention, reduction and reuse of food waste* le 27 mai 2016.

Trois ans après son lancement, le premier pacte a permis de diffuser les bonnes pratiques et les initiatives recensées dans le cadre de son comité de suivi, d'en démultiplier l'appropriation et les effets avec le lancement d'appels à projets nationaux et régionaux, de créer un point d'ancrage et de mobilisation avec la Journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire du 16 octobre. Il a également permis de faciliter les dons de produits jusqu'alors détruits ou jetés, ainsi que la promotion d'activités d'insertion par l'activité économique permettant de valoriser ces produits.

Le comité de suivi du pacte a coordonné une réflexion pour faire évoluer la gouvernance et les mesures à mettre en œuvre. Le bilan réalisé a permis de définir une organisation renforcée du pacte et de fixer de nouvelles orientations, notamment pour les engagements de l'État. Le nouveau pacte, organisé autour de 7 axes prioritaires, comprend désormais 10 engagements déclinés en 19 «mesures État». La synthèse des contributions des partenaires a par ailleurs permis de consolider un programme de 16 «mesures partenaires» reflétant leurs engagements aux côtés de l'État.

Le présent document précise la nouvelle architecture du pacte et décrit le schéma de gouvernance retenu pour construire une réflexion commune autour de ces axes. Il présente également le contenu détaillé des nouveaux engagements de l'État et des partenaires pour les trois années à venir.



ANNEXE 2

LOI n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire (1)

NOR: AGRX1531165L

ELI: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/2/11/AGRX1531165L/loi/texte>

Alias: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/2/11/2016-138/loi/texte>

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,
Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1 [En savoir plus sur cet article...](#)

I.-Après la sous-section 1 de la section 3 du chapitre 1er du titre IV du livre V du code de l'environnement, est insérée une sous-section 1 bis ainsi rédigée :

« Sous-section 1 bis
« Lutte contre le gaspillage alimentaire

« Art. L. 541-15-4.-La lutte contre le gaspillage alimentaire implique de responsabiliser et de mobiliser les producteurs, les transformateurs et les distributeurs de denrées alimentaires, les consommateurs et les associations. Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire sont mises en œuvre dans l'ordre de priorité suivant :

« 1° La prévention du gaspillage alimentaire ;

« 2° L'utilisation des invendus propres à la consommation humaine, par le don ou la transformation ;

« 3° La valorisation destinée à l'alimentation animale ;

« 4° L'utilisation à des fins de compost pour l'agriculture ou la valorisation énergétique, notamment par méthanisation.

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

« Art. L. 541-15-5.-I.-Les distributeurs du secteur alimentaire assurent la commercialisation de leurs denrées alimentaires ou leur valorisation conformément à la hiérarchie établie à l'article L. 541-15-4. 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 toute autre forme de valorisation prévue au même article L. 541-15-4.

« II.-Aucune stipulation contractuelle ne peut faire obstacle au don de denrées alimentaires vendues sous marque de distributeur, au sens de l'article L. 112-6 du code de la consommation, par un opérateur du secteur alimentaire à une association caritative habilitée en application de l'article L. 230-6 du code rural et de la pêche maritime, prévu par une convention conclue par eux.

« III.-Le don de denrées alimentaires par un commerce de détail alimentaire dont la surface de vente est supérieure au seuil mentionné au premier alinéa de l'article 3 de la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972 instituant des mesures en faveur de certaines catégories de commerçants et artisans âgés, les commerces de détail alimentaires dont la surface de vente est supérieure à ce seuil proposent à une ou plusieurs associations mentionnées au III de l'article L. 541-15-5 de conclure une convention précisant les modalités selon application de l'article L. 230-6 du code rural et de la pêche maritime fait l'objet d'une convention qui en précise les modalités.

« IV.-Le présent article n'est pas applicable aux denrées impropres à la consommation.

« V.-Un décret fixe les modalités d'application du présent article.

« Art. L. 541-15-6.-I.-Au plus tard un an après la promulgation de la loi n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire ou, au plus tard, un an à compter de la date de leur ouverture ou de la date à laquelle leur surface de vente dépasse le seuil mentionné au premier alinéa de l'article 3 de la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972 instituant des mesures en faveur de certaines catégories de commerçants et artisans âgés, les commerces de détail alimentaires dont la surface de vente est supérieure à ce seuil proposent à une ou plusieurs associations mentionnées au III de l'article L. 541-15-5 de conclure une convention précisant les modalités selon lesquelles les denrées alimentaires leur sont cédées à titre gratuit.

« Les commerces de détail ayant conclu une telle convention avant la promulgation de la loi n° 2016-138 du 11 février 2016 précitée sont réputés satisfaire au présent I.

« II.-Le non-respect de l'obligation prévue au I est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la troisième classe.

« III.-Un distributeur du secteur alimentaire qui rend délibérément impropres à la consommation les invendus alimentaires encore consommables, sans préjudice des dispositions réglementaires relatives à la sécurité sanitaire, est puni d'une amende de 3 750 €. Il encourt également la peine complémentaire d'affichage ou de diffusion de la décision prononcée, dans les conditions prévues à l'article 131-35 du code pénal. »

II.-Le II des articles L. 541-15-5 et L. 541-15-6 du code de l'environnement, dans leur rédaction résultant du I du présent article, entre en vigueur un an après la promulgation de la présente loi.

Article 3 [En savoir plus sur cet article...](#)

A l'article L. 312-17-3 du code de l'éducation, après la première occurrence du mot : « alimentation », sont insérés les mots : « et à la lutte contre le gaspillage alimentaire ».

Article 4 [En savoir plus sur cet article...](#)

A la première phrase du cinquième alinéa de l'article L. 225-102-1 du code de commerce, après le mot : « circulaire », sont insérés les mots : « , de la lutte contre le gaspillage alimentaire ».

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

ANNEXE 3

Questionnaire de satisfaction (version réduite)

Enquête de satisfaction - Partenaires associatifs d'EQOSPHERE

Enquête de satisfaction des partenaires (associations, épiceries sociales et CCAS) concernant le dispositif de don auprès de l'enseigne Leader Price. Votre participation ne prendra que quelques minutes et vos réponses nous permettront d'améliorer les dispositifs de dons qui vous sont destinés.

*Obligatoire

Contact EQOSPHERE : egolien@eqosphere.com 09 72 60 23 70 / 06 22 50 43 58



NOM DU PARTENAIRE (Association, épicerie sociale, CCAS) *

Votre réponse

Cette question est obligatoire.

NOM DU CONTACT

Votre réponse

ADRESSE MAIL DU PARTENAIRE

Votre réponse

TELEPHONE DU PARTENAIRE

Votre réponse

SUIVANT

Page 1 sur 3

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Enquête de satisfaction - Partenaires associatifs d'EQOSPHERE

*Obligatoire

Etes-vous satisfait des dons de produits issus du magasin Leader Price sur lequel vous passé ?

Nous vous prions de noter de 1 (très mauvais) à 5 (excellent) les critères suivants :

Pourriez-vous noter votre satisfaction concernant la quantité des produits donnés ? *

	1	2	3	4	5	
Très mauvais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

Pourriez-vous noter votre satisfaction concernant la qualité des produits donnés (respect des DLC, typologie de produits, intégrité des emballages ...) ? *

	1	2	3	4	5	
Très mauvais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

Quelle que soit votre réponse, pourriez-vous nous indiquer pourquoi vous attribuez cette note ?

Réponse longue

Pourriez-vous noter votre satisfaction concernant le conditionnement du don (respect de la chaîne du froid, séparation des familles de denrées, type de conditionnement ...) ?

	1	2	3	4	5	
Très mauvais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

Quelle que soit votre réponse, pourriez-vous nous indiquer pourquoi vous attribuez cette note ?

Réponse longue

Bénéficiez-vous de moins de dons depuis la mise en place des paniers TooGoodToGo auprès des magasins Leader Price ?

Description (facultative)

Question *

- Oui
- Non
- C'est équivalent

Depuis la mise en place des paniers TooGoodToGo, vous avez ?

Description (facultative)

Si oui : *

- Un peu moins de don
- Moitié moins de don
- Quasiment plus de don

ANNEXE 4

Cartographie des magasins Leader Price interrogés



ANNEXES 5

Tableau de reporting des entretiens téléphoniques avec les magasins

PANIERS TOOGOODTOGO		
MAGASINS	NOMBRE PAR JOUR	Ordre de priorité
AIRE SUR LA LYS	10 / 15 par jour	d'abord paniers et après don
ARRAS	15-25	Une dizaine par jour, en équilibre avec le don. Si de gros volumes, ils privilégient le don
AUCHY LES MINES		
AUGNY	5 par jour	priorise les paniers TGTG car a un plafond à ne pas dépasser pour le don
BELFORT	10-15 par jour	Quand il y a du don, le mag ne fait pas de paniers
BLANC MESNIL	Minimum 4 par jour	Fait le don et TGTG en même temps mais bcp plus de dons, le TGTG ne représente qu'une petite part (10€ par panier en prix d'achat)
BOISSY ST LEGER		
BONDY	6-7 par jour	Quand don, fait d'abord le don puis les paniers s'il reste des produits
BONNEUIL		pas de paniers TGTG en ce moment
BRAILLÉ		pas de paniers, privilégie le don
BRAINE	0 à 10 /j	Ca dépend des jours. Mais le lundi quand ils font du don, il n'y a pas de paniers
BRIE COMTE ROBERT	9 par jour en semaine 10-15 en week end	Fond des paniers, donc parfois moins de don, prépare d'abord les paniers et après le don
CARRE SENART		
CHALON EN CHAMPAGNE	quantité varie selon les jours	fait d'abord les paniers pour un souci d'organisation, pour le don c'est plus compliqué car jour de ramasse spécifique, etc alors que panier on peut toujours en faire
CHARENTON	Tous les jours, au moins deux paniers	
CHARONNE	4-5 par semaine	
CHAUMONTEL		pas de paniers
CHAUNY RESIDENCE		
CHAVELOT	4-5 par jour	donne du frais au TGTG (qui arrivent à date) et du coup pas au don
CHELLES	50 par jour	Font d'abord les paniers et ce qui reste va en don
CHENNEVIERES (-Belvedere)	10 par jour	font le don et le TGTG en même temps
CLIGNANCOURT		
CORMONTREUIL	5 par jour	fais sa démarque, met tout dans un caddie, pioche dans le caddie pour faire les paniers et le reste va au don.
CRIMÉE	4-9 par jour	paniers en priorité, quand beaucoup de volumes ça part au don
DRANCY	ça dépend	essaie d'harmoniser les paniers et le don
FITZ JAMES		
FLINS/SEINE		
GENNEVILLIERS	3 paniers par jour, 2 le dimanche	
GERARDMER	7 par jour	
GRETZ	10 par jour	font d'abord le don et ensuite les paniers
HALLUIN	15-20 par jour	
HARDRICOURT	4-5 par jour, jusqu'à 10	
HAUTMONT		
HOUDAIN	20 par jour	
LA COURNEUVE		Oui, TGTG : combien ?
LA FERTÉ SOUS JOUARRE	4 - 8 par jour	prépare d'abord les paniers, et ce qui reste va au don
ROMAINVILLE PICASSO (DISCOUNT)	2 à 5 par jour	chaque matin, prépare les deux en même temps
ROSNY SOUS BOIS	15-20 par jour	fait d'abord les paniers, donne du frais aux paniers et après prépare le don
RUE DE MEAUX	3 à 6/jour	Prépare les paniers en priorité, et le reste part en don (+ l'épicerie)
ST AVOLD	5-15 par jour	d'abord don et après paniers, essaie d'établir un équilibre quand beaucoup, partage de manière équilibrée
ST BLAISE		pas encore, mais vont être amenés à le faire car consigne de LP
ST DENIS GENIN		
ST GERMAIN SUR MORIN	rarement	fait beaucoup plus de dons : mais quand fais des paniers, des fois priorise paniers des fois don, ça dépend
ST MAUR		pas de paniers, privilégie le don
ST MEMMIE	de 0 à 20	0-20 par jour, dépend de ce que donnent d'abord à la BA
ST QUENTIN		
TALANGE	2-3 par jour	privilégie le don aux paniers
TERGNIER 2		
VERNEUIL L'ETANG	12 par semaine : 1 à 4 par jour dépend du jour de la semaine	donne aux paniers les produits frais qui arrivent à date et le reste donne aux dons
VILLIERS LE BEL	3/ jour	priorise les paniers, quand un peu de surplus, va direct au panier et pas au don
WATTIGNIES		
WERVICQ SUD		

ANNEXES 6

Tableau de reporting des informations collectées lors des entretiens téléphoniques avec les associations

APPELS POUR QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION					
pas de rep : message laissé					
ASSOCIATIONS	Qualité	Quantité	Traçabilité	Moins de dons depuis TGTG ?	Combien ?
Amour et Soutien	3	4	2	NON	
Alter Emmaus	Crimée : 3 Bondy : 5	Crimée : 4 Bondy : 5	Crimée : 4 Bondy : 4	NON	
BA Marne	5	4	4	NON	
BA Meurthe et Moselle (Nancy)	3	3	5	NON	
SE	3	5	4	NON	
Action Partages	Qualité : 5	Quantité : 3	Rosny et Pantin : 5 La Courneuve : 1	OUI	Moitié moins : environ 40% en moins
ADEP	4	4	5	NON	
AFAS (Actions Femmes Africaines Solidaires)	Gennevilliers : 5 St Denis : 5 St Blaise : 3	Gennevilliers : 3 St Denis : 5 St Blaise : 2	Gennevilliers : 3 St Denis : 3 St Blaise : 3	Gennevilliers OUI	Moitié moins de dons pour Gennevilliers
Case Epicerie Sociale	4 sur 5	4 sur 5	5 sur 5	NON	
Cœur d'Echange	Chelles : 5 Rosny : 5	Chelles : 3 Rosny : 5	Chelles : 5 Rosny : 5	pour Chelles OUI	Rosny : les dons ont augmenté !
CHRS Le radeau	3	3	3	NON	
EpiSolBrie	4	5	5	NON	
I.S.A. (Insertion, Solidarité, Kama)	5	2	5	OUI	Quasiment plus rien : que de la viennoiserie, plus de produits frais
	5	5	5	OUI	Moitié moins de don
La Main dans la Main	une certaine amélioration La fertè : 4	Blanc Mesnil : 2 La fertè : 4	Blanc Mesnil : 3 La fertè : 5	NON	Même si paniers, pas de baisse au niveau du don
CHRS Le radeau	3	3	3	NON	
EpiSolBrie	4	5	5	NON	
I.S.A. (Insertion, Solidarité, Kama)	5	2	5	OUI	Quasiment plus rien : que de la viennoiserie, plus de produits frais
	5	5	5	OUI	Moitié moins de don
La Main dans la Main	une certaine amélioration La fertè : 4	Blanc Mesnil : 2 La fertè : 4	Blanc Mesnil : 3 La fertè : 5	NON	Même si paniers, pas de baisse au niveau du don
La Réserve de Sarcelles	5	5	5	NON	
Le Caddie de l'Espoir	Mesnil : 4 Rosny : 3	Mesnil : 5 Rosny : 4	Mesnil : 5 Rosny : 5	NON	Avant sur rosny, n'avais quasiment plus rien à cause des paniers mais ça s'est équilibré
Melisa	4	4	3	NON	
SPF Tilloy les Mofflaines	3	2	2	OUI	Quasiment pas de produits frais, doivent sûrement partir aux paniers
SPF Vosges	4	3	5	NON	
SPF Douvrin	4	4	3	NON	
SPF Houdain	5	5	5	NON	
SPF Noeux les Mines	5	3,5	5	OUI	Moins de dons, surtout produits frais
SPF Saint Quentin	4	5	4	NON	

Ce mémoire met en avant des potentielles tensions présentes entre lutte environnementale et lutte sociale au sein de la lutte contre le gaspillage alimentaire à travers une enseigne de distribution alimentaire. Plus particulièrement, les tensions entre le don aux associations et d'autres types de valorisation d'invendus récemment apparus suite à l'évolution législative de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Quelles sont ces tensions ? Comment se manifestent-elles ? Quelles conclusions tirer face à ce constat ? En mettant en avant ces tensions, ce mémoire propose une prospective plus générale sur la nécessité de converger lutte sociale et environnementale pour entamer une transition écologique acceptable par tous.

Mots clés : *lutte contre le gaspillage alimentaire, précarité alimentaire, associations, lutte environnementale, lutte sociale, grande distribution, don alimentaire, paniers, valorisation, invendus, aide alimentaire, impact, approvisionnement, transition écologique.*

This thesis highlights the potential tensions between environmental and social struggles in the fight against food waste through a food distribution company. In particular, the tensions between donations to associations and other valuation solutions of unsold products that have recently emerged as a result of legislative developments in the fight against food waste. What are these tensions ? How do they manifest themselves ? What conclusions can be drawn from this observation ? By highlighting these tensions, this paper proposes a general prospective on the need to converge social and environmental struggle to initiate an ecological transition acceptable to all.

Key words: *fight against waste food, food insecurity, associations, environmental fight, social fight, large-scale distribution, food donation, Too Good To Go baskets, valuation, unsold, food aid, impact, procurement, ecological transition*