

## METRO s'engage contre le gaspillage alimentaire

Ce 16 octobre se tient la Journée de Lutte contre le Gaspillage Alimentaire. Alors qu'1/3 de la production alimentaire mondiale est gaspillée et que chaque Français jette entre 20 et 30 kilos de nourriture chaque année, les initiatives se multiplient afin d'enrayer ce fléau, tant du côté des consommateurs que de toute la filière alimentaire.

En tant que 1<sup>er</sup> fournisseur de la restauration indépendante, METRO France se mobilise en mettant en place ses propres actions, mais aussi en développant des solutions pour ses clients restaurateurs afin de les accompagner dans cette démarche. La lutte de METRO France contre le gaspillage alimentaire s'articule ainsi autour de 3 axes principaux.

- **Le don aux organismes de collecte : un engagement de longue date**

La démarche responsable de METRO France ne date pas d'hier, puisque **l'entreprise fait don de ses invendus depuis 1995, date de la signature du pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire.**

Chacun des 98 entrepôts de METRO France a signé une convention de don avec un organisme de collecte de la région dont il dépend (Banque Alimentaire, Restos du cœur...) et un objectif annuel de taux de dons est fixé pour l'ensemble des entrepôts, avec des indicateurs permettant de suivre le taux chaque mois.

Ainsi, entre 2012 et 2018, **le volume d'inventures donnés a plus que triplé** pour atteindre sur l'année qui vient de s'écouler **l'équivalent de 15,6 millions de repas !**



- **Le projet Cuisines Solidaires, ou comment transformer une contrainte en opportunité sociétale**

Si METRO est un important donateur de la Banque Alimentaire, sa spécificité de grossiste pour les professionnels de la restauration fait que **certains produits alimentaires ne peuvent être donnés tels quels.** C'est le cas notamment des produits carnés, qui sont proposés en gros conditionnement aux clients restaurateurs. Afin d'être redistribués à des bénéficiaires de l'aide alimentaire, **ces pièces de viande de 3 à 6 kilos doivent au préalable subir une étape de transformation** par une structure ayant les agréments sanitaires nécessaires pour effectuer de la découpe.

Souhaitant contribuer toujours plus à la réduction du gaspillage alimentaire et face à cette problématique particulière du don de viande, **METRO France a vu une opportunité de développer un modèle créateur de valeur humaine et professionnelle avec le secteur associatif.** L'enseigne a

cherché, via ses partenaires locaux, des structures qui soient en mesure de découper et préparer la viande avant d'être redistribuée à des personnes dans le besoin.

Une première expérimentation a été réalisée dès 2013 à Paris avec l'association « La Péniche du cœur », qui a permis de valider un nouveau schéma économique et social tripartite avec :

- METRO
- Un organisme de dons alimentaires
- Et un acteur de l'économie sociale et solidaire.

Les années qui ont suivi ont permis d'affiner le modèle, d'en percevoir les nombreux impacts positifs et de construire les outils nécessaires à l'accompagnement de nouveaux projets. Ces premiers partenariats ont ainsi jeté les bases de cette démarche.

**L'année 2018 est une année de référence et de déploiement chez METRO. A date 49 entrepôts ont une convention de don de viande** ce qui a permis de donner l'équivalent de 1,2 millions de repas supplémentaires. METRO a désormais la volonté de **signer un partenariat de don de viande pour chacun de ses 98 entrepôts d'ici 2022**, et y engage les ressources humaines nécessaires en interne, qu'il s'agisse des Directeurs d'entrepôts, des Managers Boucherie, ou encore des Responsables qualité régionaux... De manière plus générale, les collaborateurs METRO sont très sensibles à ce projet.

***Cuisines Solidaires, un projet à triple impact positif : lutter contre le gaspillage, contribuer à une meilleure alimentation, et favoriser l'insertion professionnelle.***

Ce projet permet de créer un nouveau modèle économique : partant d'une réflexion sur l'amélioration de la réduction du gaspillage alimentaire, et notamment de l'utilisation des invendus de viandes, il a pour finalité de **permettre à des personnes dans le besoin de bénéficier de repas de qualité** avec tous les apports nutritionnels nécessaires : les organismes de dons alimentaires peuvent proposer des repas dont la qualité est améliorée par l'apport de protéines animales souvent absentes de l'alimentation des plus démunis. Cela permet d'augmenter la valeur nutritionnelle des repas distribués, ainsi que leur variété.

Enfin, les acteurs économiques et sociaux locaux, sur lesquels ce projet s'appuie, y ont vu l'opportunité supplémentaire de **professionnaliser leurs bénéficiaires** et de favoriser leur insertion professionnelle.

Ce nouveau modèle des Cuisines Solidaires s'illustre à travers certains exemples emblématiques :

- **Le RADIS, un modèle puissant en termes de professionnalisation, d'insertion sociale et d'alimentation !**

Le **projet RADIS** (Restauration A Double Impact Social) est emblématique de ce nouveau schéma : il s'agit d'un projet innovant de l'économie sociale et solidaire qui permet de valoriser les invendus de METRO en favorisant l'inclusion sociale avec le traiteur solidaire Baluchon et la structure EMMAÛS DEFI. Dans le cadre de ce projet, les entrepôts METRO de Bobigny, Cergy et Vitry donnent à l'association EMMAÛS DEFI des invendus qui nécessitent d'être transformés avant d'être redistribués. Cette étape est prise en charge par des personnes en parcours d'insertion dans les métiers de la restauration au sein de l'entreprise Baluchon. Les plats préparés sont ensuite redistribués aux personnes accompagnées par les structures sociales EMMAÛS DEFI ou AURORE.

Enfin, pour accompagner les bénévoles des associations à maîtriser ce type de produits, METRO France a développé différents supports : un kit de formation, un guide des bonnes pratiques d'hygiène en cuisine solidaire, un livret d'accueil pour les bénévoles, et enfin des formations in situ.

Insertion professionnelle, don de viande, accompagnement et formation des bénévoles : c'est ainsi **une approche multi-dimensionnelle** qui a été mise en place par METRO et ses partenaires.

### ➤ Le projet IL REFETTORIO

METRO France soutient le projet à la fois culturel et de charité du chef italien Massimo Bottura, chef étoilé, qui a ouvert en mars 2018 un nouveau « refettorio », un réfectoire solidaire situé dans les cryptes de l'église parisienne de la Madeleine, aménagé par les artistes JR et Prune Noury. Des repas solidaires y sont réalisés par des chefs pour les plus démunis, avec des invendus fournis par plusieurs acteurs, dont METRO France.

### ➤ Graine d'ID à La Roche-Sur-Yon (Vendée)

Grâce à l'engagement des équipes de l'entrepôt de La Roche-Sur-Yon, METRO est devenu partenaire d'une démarche lancée avec la Banque Alimentaire de Vendée qui sert de pilote et de référent au sein des instances nationales de la Banque Alimentaire.

METRO a aidé à l'équipement de la cuisine professionnelle pour permettre à l'association Graine d'ID de recevoir des pièces de viande qui sont ensuite cuisinées par les personnes en insertion qui viennent se former aux métiers de bouche. Ces plats équilibrés sont redistribués aux bénéficiaires de la Banque Alimentaire.

## • L'accompagnement des professionnels de la restauration et des métiers de bouche

Si la prise de conscience sur le sujet du développement durable en général et du gaspillage alimentaire en particulier s'opère en restauration, la mise en pratique n'est pas toujours aisée. Engagé dans une démarche RSE globale depuis bientôt 8 ans, **METRO France a depuis le début développé, en parallèle de ses propres actions, de nombreuses initiatives et solutions pour faire passer ses clients au durable.** Parmi elles, deux actions pour les aider à lutter contre le gaspillage alimentaire et un partenariat pour sensibiliser les futures générations de chefs :

### ➤ Le Gourmet Bag :

**3 personnes sur 5 disent ne pas finir leur assiette au restaurant. Pourtant, 75% des consommateurs français sont prêts à utiliser un sac à emporter** (source : ADEME).

Afin de sensibiliser ses clients restaurateurs à l'utilisation du Gourmet Bag et les aider à mettre en place cette démarche dans leur établissement, METRO France a développé un kit de communication spécifique qui comprend :

- ✓ 1 flyer explicatif de la démarche.
- ✓ 2 autocollants à mettre sur leur vitrine
- ✓ 2 chevalets de table afin d'informer les clients sur la démarche
- ✓ 1 planche de stickers à coller sur les boîtes Gourmet Bag et leur sac de transport



METRO met gracieusement ces kits à disposition de ses clients et commercialise bien sûr les emballages et sacs adaptés dans ses entrepôts.

➤ **Des fiches de conseils pratiques et de recettes « zéro gaspillage » à retrouver sur metro.fr**

En 2010 déjà, METRO développait des fiches pratiques avec l'ADEME afin d'aider ses clients à diminuer les déchets et réduire le gaspillage dans les métiers de bouche. « Optimiser ses achats pour réduire la production de déchets », « Optimiser et réutiliser les produits alimentaires » ... chacune de ces fiches propose des conseils et astuces pour accompagner le restaurateur et ainsi contribuer à faire baisser le gaspillage alimentaire, et des chefs y partagent leurs solutions.



METRO France a également développé des recettes « zéro gaspillage » pour aider ses clients restaurateurs à « cuisiner durable ». Intégrées dans la démarche « Mon restaurant passe au durable », ces recettes ont été développées avec le chef Olivier Pichot sous forme de vidéos à retrouver sur le site metro.fr, et des démonstrations sont régulièrement faites via la Cuisine des Chefs en entrepôt.

➤ **Le partenariat avec l'association « La Tablée des Chefs ».**

Convaincu que les futurs chefs ont un rôle sociétal majeur, METRO France est partenaire de l'événement « La Semaine des Ecoles Hôtelières » organisée par l'association. Cette action, pour laquelle METRO fournit l'essentiel des produits, a pour but de sensibiliser les futurs professionnels de la cuisine au gaspillage alimentaire mais aussi au geste solidaire puisque les repas préparés par les élèves sont ensuite distribués localement aux bénéficiaires de l'aide alimentaire.



[www.metro.fr](http://www.metro.fr)

**METRO France**

Isabelle Baahmed – [isabelle.baahmed@metro.fr](mailto:isabelle.baahmed@metro.fr) - 01 47 86 64 75



Emmanuelle Tienvrot – [emmanuelle.tienvrot@gram3.com](mailto:emmanuelle.tienvrot@gram3.com) - 01 82 28 73 05

Charlotte Oulès – [charlotte.oules@gram3.com](mailto:charlotte.oules@gram3.com) - 01 82 28 73 03

**A propos de METRO France**

*METRO est le premier fournisseur de la restauration indépendante en France. Avec 98 entrepôts répartis sur l'ensemble du territoire, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants indépendants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels.*

*Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 100 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, les Jeunes Talents Gault&Millau, la Cuillère d'Or, le Trophée du Maître d'Hôtel ou le lancement du guide Michelin.*