



**NOUS**  
anti-gaspi

Les épiceries qui vont dans le bon sens.

# RAPPORT D'IMPACT 2023



# SOMMAIRE



## 1. QUI SOMMES-NOUS ?



## 2. NOTRE IMPACT

**CONTRE LE GASPILLAGE**

Zoom  
sur

**NOTRE MARQUE**

**POUR L'ENVIRONNEMENT**

**POUR UNE ALIMENTATION ACCESSIBLE**

**POUR UNE ALIMENTATION DURABLE**



## 3. NOS PARTENAIRES

Zoom  
sur

**NOS BELLES HISTOIRES**



## 4. NOS ENGAGEMENTS

**MONDE ASSOCIATIF**

**ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE**

Zoom  
sur

**NOS DIRECTEURS ET DIRECTRICES ENGAGÉS**



## 5. CAP SUR 2024 !

**SOURCES & RÉFÉRENCES**





# 1. QUI SOMMES-NOUS ?

# NOTRE RAISON D'ÊTRE

Fédérer nos clients et nos partenaires  
autour d'une offre alimentaire  
anti-gaspi, qualitative et à prix bas.

## LE FLÉAU DU GASPILLAGE

En France, le gaspillage alimentaire représente environ 10 millions de tonnes de produits par an, pour un coût économique estimé à 16 milliards d'euros \*.

Contrairement à certaines idées reçues, ce gaspillage se répartit sur l'ensemble de la chaîne de valeur alimentaire : 32 % en phase de production, 21 % en phase de transformation, 14 % en phase de distribution et 33 % en phase de consommation.

Ce gaspillage entraîne une surconsommation de ressources naturelles et participe au changement climatique en raison des émissions de gaz à effet de serre générées par leur production.

A l'heure de la crise environnementale, et alors que les inégalités sociales liées à l'accès à l'alimentation se creusent, ces chiffres sont vertigineux.

## BÂTIR UN NOUVEAU MODÈLE

NOUS anti-gaspi a pour ambition de réduire le gaspillage sur l'ensemble de la chaîne de production et de distribution alimentaire, avec des méthodes innovantes et audacieuses.

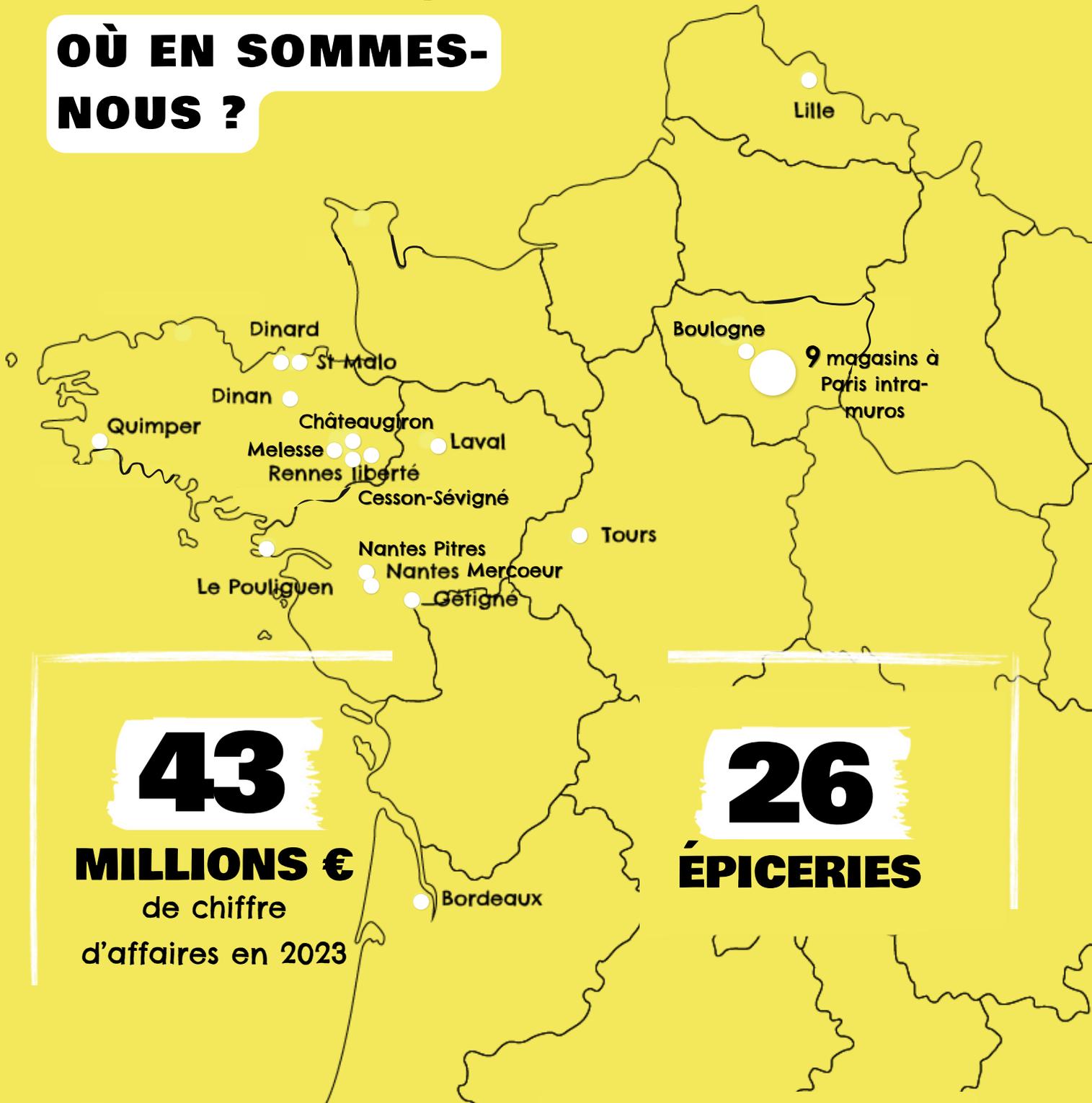
Depuis 2018, nous oeuvrons à la réalisation de cet objectif, grâce à nos salariés, partenaires, et surtout à nos clients engagés.

Afin de mettre en avant l'engagement de tous ceux qui participent à ce projet, nous avons souhaité valoriser notre impact, après 5 ans d'existence.

Merci à tous ceux qui nous soutiennent dans notre lutte contre le gaspillage alimentaire !



# AUJOURD'HUI, OÙ EN SOMMES- NOUS ?



**43**

**MILLIONS €**  
de chiffre  
d'affaires en 2023

**26**

**ÉPICERIES**

**136 903**

**CLIENTS FIDÈLES**

**229**

**COLLABORATEURS**



## **2. NOTRE IMPACT**

**NOUS** anti-gaspi s'engage

**CONTRE LE GASPILLAGE**

**5 350**

**TONNES**

de produits  
sauvés en 2023\*



**10,7**

**MILLIONS**

de repas  
consommés\*

**21 270**

**TONNES**

de CO2 valorisées \*



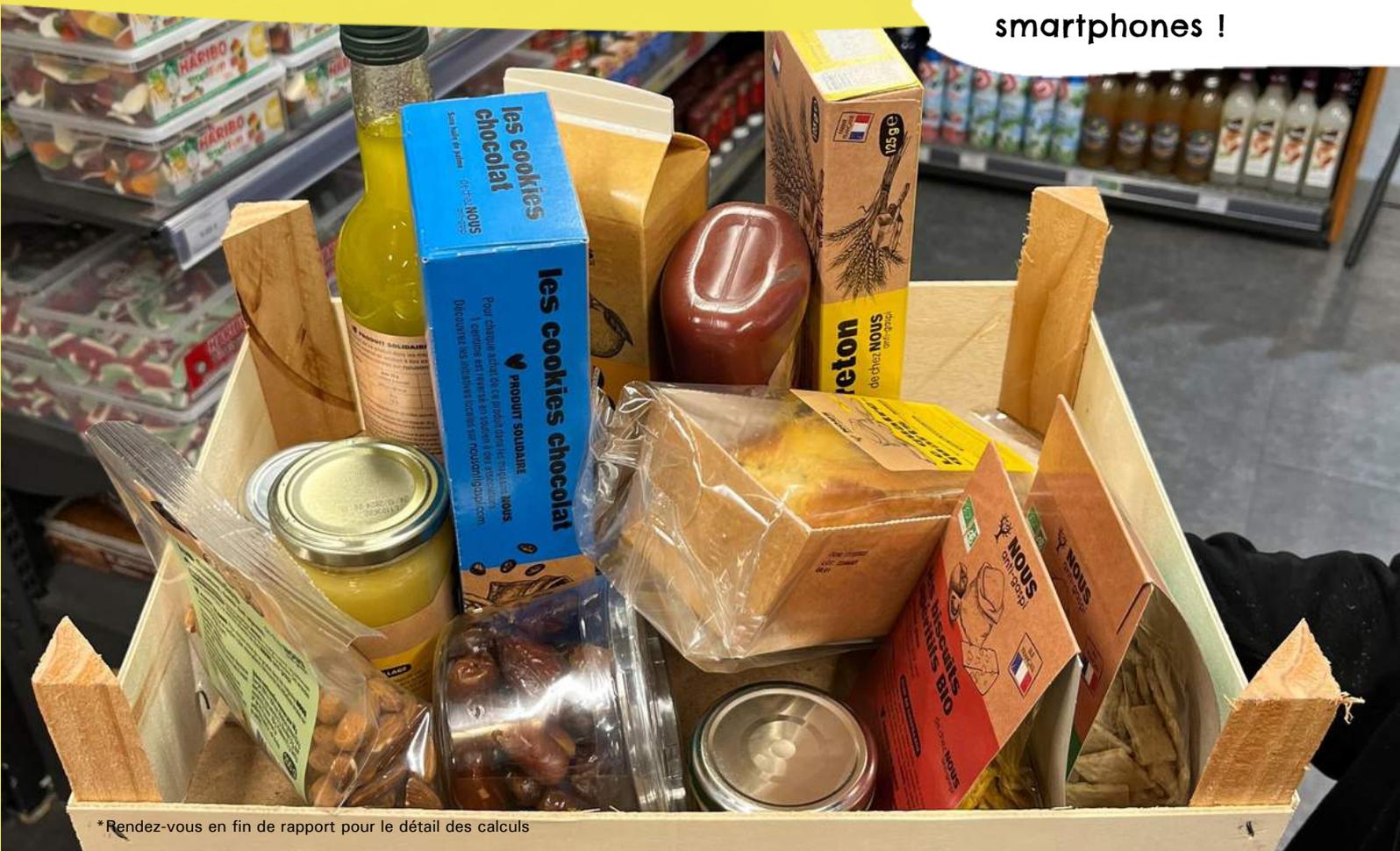
**LE SAVIEZ-VOUS ?**

C'est autant  
que pour  
produire



**727 000**

smartphones !



\*Rendez-vous en fin de rapport pour le détail des calculs

Zoom  
sur

# NOTRE MARQUE

## LA 1ÈRE MARQUE DE PRODUITS

### ENGAGÉE CONTRE LE GASPILLAGE !

Notre marque NOUS anti-gaspi, lancée en 2020, veut mener le combat contre le gaspillage encore plus loin, en proposant un nouveau modèle de production et distribution alimentaire qui lutte contre le gaspillage dès l'amont.

Nous cherchons à résoudre 3 problèmes majeurs :

- le gaspillage de matières premières agricoles
- les pertes liées à la transformation industrielle
- le gaspillage en phase de distribution.



Selon les produits, nous proposons à nos partenaires : de valoriser des surplus, d'accepter des dates plus courtes, d'engager des productions à la commande, ou encore de s'adapter aux aléas de production en valorisant les co-produits ou les produits déclassés.

Et pour le consommateur ?

Des tranches de jambon mal coupées, un surstock de pommes, des fromages plus légers que la norme du marché... Nous proposons des produits de qualité, bons et jusqu'à 30% moins chers !

# 147

## PRODUITS

développés et commercialisés dans nos épiceries et chez nos partenaires



**NOUS** anti-gaspi s'engage  
**POUR L'ENVIRONNEMENT**



**NOUS PARTICIPONS À L'ÉCONOMIE LOCALE...**



**8%**

du CA de nos magasins  
réalisé auprès de  
fournisseurs locaux\*

**...ET NOUS SOUTENONS L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE.**

**21%**

de notre CA réalisé  
sur des produits BIO\*



**NOUS** anti-gaspi s'engage

**POUR UNE ALIMENTATION ACCESSIBLE**

En revalorisant des produits habituellement gaspillés, le coût du gaspillage n'est plus supporté par le consommateur. Et les producteurs sont également mieux rémunérés, car les pertes en production et au niveau industriel sont limitées.

Limitier le gaspillage, c'est mieux rémunérer ceux qui nous nourrissent, et manger sain et moins cher pour ceux qui consomment !

**NOTRE  
DÉCROCHAGE MOYEN**

**- 22,2 %**

jusqu'à

**VOS  
ÉCONOMIES**

**1 260 €**

sur l'année, pour une famille de 4\*



**NOUS** anti-gaspi s'engage

## POUR UNE ALIMENTATION DURABLE

Sauver des produits du gaspillage au sein de nos magasins, c'est bien, mais inciter à un changement des pratiques chez tous les consommateurs, c'est mieux !

# 30 EXPOSANTS

## au marché de l'anti-gaspi de Rennes

Organisée en collaboration avec l'Union du Commerce du pays de Rennes, l'édition 2023 a rassemblé plusieurs milliers de Rennais !

Au programme : une journée d'ateliers et d'échanges avec des acteurs engagés dans l'anti-gaspi, l'upcycling, et la seconde main.

Et en bonus : un atelier collaboratif de sensibilisation au changement climatique, animé par l'association 2tonnes.



# 1 FRESQUE DU CLIMAT

## avec tous nos collaborateurs

Lors de notre réunion de réseau trimestrielle de décembre 2023, toutes les équipes de NOUS anti-gaspi ont collaboré durant 3 heures afin de réaliser une Fresque du Climat.

L'objectif était double : comprendre la réalité du phénomène de changement climatique et ses conséquences, puis réfléchir collectivement à des pistes d'action au niveau de notre entreprise !



## **3.NOS PARTENAIRES**



**CETTE ANNÉE, CE SONT**

**1 026**

**FOURNISSEURS**

qui se sont engagés à nos côtés dans la lutte contre le gaspillage alimentaire\*

**EN SAUVANT AVEC NOUS**

**11 150**

**RÉFÉRENCES**

écartées des circuits de distribution conventionnels.\*



Zoom  
sur

# NOS BELLES HISTOIRES

## LE PARTENARIAT



Quand NOUS anti-gaspi et LOEUF, une entreprise sarthoise, se sont rencontrées, elles se sont données un objectif commun : revaloriser les œufs hors catégorie.

Ces œufs étaient jusque-là écartés et redirigés vers d'autres circuits, comme les casseries, où ils servaient à la préparation de produits dérivés.



Un accord avec un cahier des charges assoupli a vu le jour en 2020. NOUS anti-gaspi accepte tous les œufs qui peuvent être consommés sans risque, même en cas de :

Défauts visuels : une couleur plus claire ou foncée que les autres œufs, des aspérités sur la coquille, une petite plume accrochée ? Pas de souci pour nous !

Variations de calibre : gros, petit, moyen... On trouve de tout dans nos formats x6 et avec la garantie d'un grammage minimum par boîte pour nos clients.

Dates plus courtes : nos œufs ont en moyenne quelques jours de consommation en moins que les pratiques du marché.

Notre partenariat dure depuis le lancement et a permis de valoriser 419 000 boîtes d'œufs au sein de notre réseau.

De cette façon, nous valorisons à leur juste valeur le travail des éleveurs et le produit fini, et nous proposons des œufs de qualité et à prix bas à nos clients !



**2,5 MILLIONS  
D'OEUFSAUUVÉS !**

Zoom  
sur

# NOS BELLES HISTOIRES

## LE PARTENARIAT



**NOUS**  
anti-gaspi

x

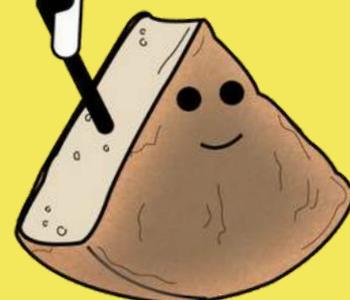
DEPUIS 1917

PAUL DISCHAMP

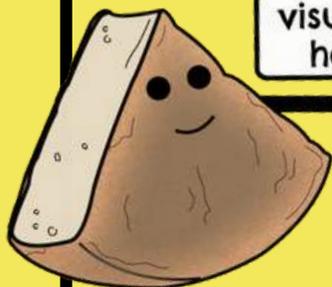
Les fromageries Paul Dischamp sont une entreprise familiale spécialisée dans la fabrication et l'affinage de fromages d'Auvergne.

Notre partenariat conclu en juillet 2021 permet de revaloriser une partie de leur production de fromage fermier qui avait perdu son appellation d'origine protégée (AOP) « Saint Nectaire ».

**NON** à la discrimination  
alimentaire et au gâchis !



**OUI** aux défauts  
visuels et poids  
hors norme.



Les raisons ? Certains fromages ne répondaient plus aux critères de l'AOP : poids inférieur à 1,4kg, défauts d'apparence ou d'affinage...

D'autres étaient des fromages dont de petits morceaux avaient été prélevés pour des tests en laboratoire par l'affineur, ce qui retirait leur appellation.

Notre fournisseur aurait dû jeter une partie de sa production, car peu d'alternatives de revalorisation existent pour les cas de perte de l'AOP.

Chez NOUS anti-gaspi, la solution était toute trouvée ! Nous commercialisons ces fromages sous le nom de « fromage fermier », avec un poids variable selon les pièces, et un prix au kg moins élevé, fixé ensemble au préalable.

Les pertes matérielles et financières sont limitées pour le fournisseur, et nos clients peuvent déguster ce fromage fermier à prix tout doux !



**5 400 KG**  
**DE FROMAGE**  
**REVALORISÉS !**



## 4. NOS ENGAGEMENTS

**NOUS** anti-gaspi s'engage

**POUR LE MONDE ASSOCIATIF**

**25,5**

**TONNES**

d'invendus donnés à des associations en 2023\*

soit

**50 967**

**REPAS**

sauvés et distribués par nos partenaires associatifs\*



**8 000 €**  
**REVERSÉS À**  
**DES PROJETS**  
**INNOVANTS**

### NOS PRODUITS ENGAGÉS

Pour tout achat d'un produit à marque **NOUS** anti-gaspi, 1 centime d'euro est reversé à des associations et des acteurs engagés dans la transition alimentaire.

### NOTRE NOËL SOLIDAIRE & ANTI-GASPI

Nos magasins organisent chaque année une collecte au mois de décembre, au bénéfice d'une association caritative.

Une façon de participer à un Noël solidaire et anti-gaspi, en donnant une seconde vie aux objets dont nos clients ne se servent plus !

**EN 2023 : UNE**  
**COLLECTE DE**  
**JOUETS AVEC**





**NOUS** anti-gaspi s'engage

**POUR UNE ÉCONOMIE  
SOCIALE ET SOLIDAIRE**

**NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE ESUS**



Cet agrément délivré par l'Etat en 2019 et renouvelé en 2023, s'assure que nous :

- Poursuivons une utilité sociale à titre d'objectif principal, en s'engageant dans la lutte contre le gaspillage alimentaire;
- Limitons les écarts de salaire : la moyenne des 5 salaires les plus élevés ne doit pas être supérieur à 7 fois le SMIC;
- Ne négocions pas les titres de notre entreprise sur les marchés financiers.



Zoom  
sur

## NOS DIRECTEURS ET DIRECTRICES ENGAGÉS

### LE TÉMOIGNAGE DE LYDIE, DIRECTRICE DE NOTRE ÉPICERIE DE QUIMPER (29)

“S’investir à la fois dans un projet anti-gaspi et humain”

“En tant qu’ancienne salariée d’Emmaüs, la question de l’insertion professionnelle des personnes éloignées de l’emploi est primordiale pour moi ! Le lien avec une épicerie anti-gaspi peut sembler lointain, pourtant, les passerelles sont nombreuses.

Le 1er levier d’action, c’est de choisir des prestataires solidaires dès que cela est possible. J’ai ainsi changé nos contrats de gestion des déchets et de nettoyage industriel, et choisi d’avoir recours à des entreprises adaptées et d’insertion.



“Le 2nd levier d’action, c’est l’accueil de personnes éloignées de l’emploi au sein de notre épicerie, pour des durées de 3 jours à 3 mois. Cela leur permet de découvrir le métier de commerçant ou de valider leur parcours d’insertion. Dans tous les cas, cette immersion les aide à regagner confiance en eux et en leurs capacités.

Toute mon équipe est engagée dans cette démarche. La preuve : pas un jour dans l’année sans que nous ayons une personne en réinsertion en magasin !”



Zoom  
sur

## NOS DIRECTEURS ET DIRECTRICES ENGAGÉS

### LE TÉMOIGNAGE DE CHARLOTTE, DIRECTRICE DE NOTRE ÉPICERIE DU POULIGUEN (44)

“Contribuer à changer notre regard sur le handicap”

“Depuis mon arrivée au sein du réseau, l’inclusion était au coeur de mes préoccupations ! En 2021, notre magasin a signé une convention de partenariat avec un Institut Médico-Educatif (IME), qui accueille des jeunes en situation de handicap mental de 15 à 18 ans.

Notre objectif est de leur permettre de découvrir un métier et de s’adapter au monde du travail. Nous recevons 2 heures par semaine deux jeunes en stage dans notre magasin. Ils travaillent en binôme avec un membre de l’équipe et découvrent le métier d’équipier libre-service.

Nous favorisons l’inclusion de ces jeunes et participons à rendre visible le handicap par leur présence au sein de notre équipe en magasin. Tous mes collaborateurs sont embarqués dans ce projet, qui leur permet en plus de développer leurs compétences en management.

C’est un pari gagnant pour tout le monde, et surtout une fierté quand nous gardons un jeune en contrat à la suite de son stage chez NOUS !”



# 5. CAP SUR 2024 !

Nos ambitions pour l'année à venir



## SAUVER TOUJOURS + DE PRODUITS

en développant notre réseau & en orientant la marque distributeur d'une grande enseigne vers un modèle anti-gaspi.

## RENFORCER NOTRE IMPACT SOCIAL

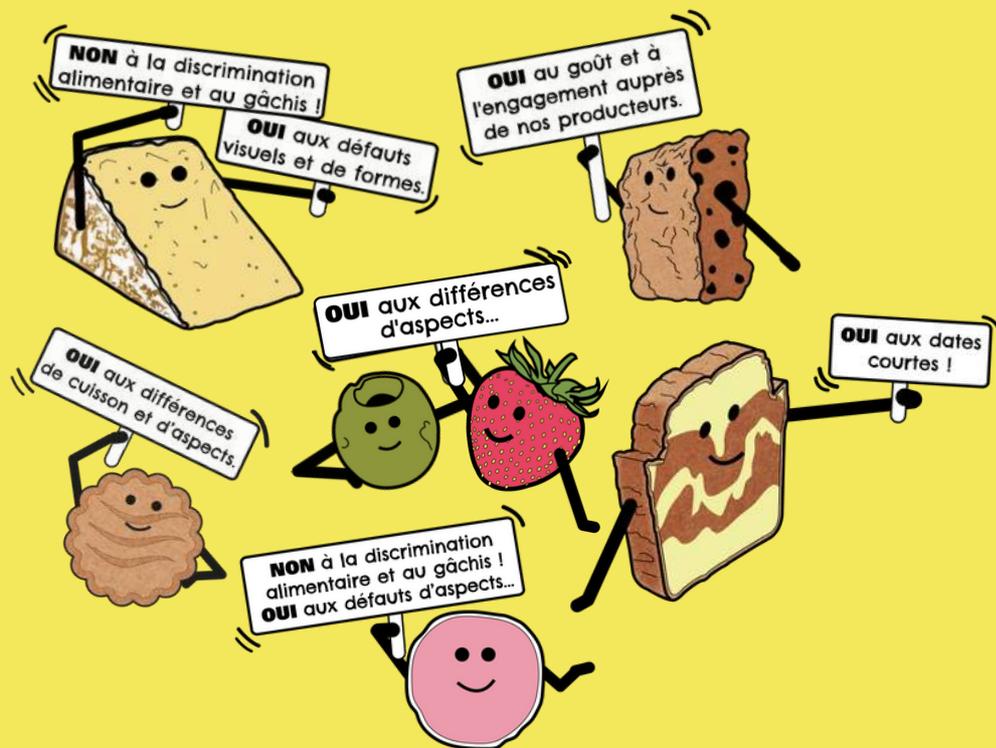
en renforçant l'inclusion professionnelle au sein de nos équipes en magasin.

## DÉVELOPPER NOTRE MARQUE

en développant de nouveaux produits valorisant des matières habituellement mises de côté.

## RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

en évaluant notre bilan carbone et en travaillant à sa réduction.



**MERCI**

de nous aider à lutter contre  
le gaspillage alimentaire  
depuis 2018 !

# SOURCES & RÉFÉRENCES

## COMMENT NOUS CALCULONS NOTRE IMPACT ?

### Tonnes de produits sauvés

Volume de produits sauvés calculé sur le chiffre d'affaires généré par notre réseau de magasins sur l'année, exclusivement dans la catégorie alimentaire. Nous avons calculé des ratios équivalent kg/CA sur la base de 80% de nos ventes de produits alimentaires du 01/01/2023 au 31/08/2023, et les avons appliqués à l'ensemble de nos ventes de l'année.

### Equivalent repas

Equivalent en nombre de repas calculé en fonction des tonnes de produits sauvés dans notre réseau de magasins et en utilisant les données des banques alimentaires, qui considèrent qu'un repas équivaut en moyenne à 500gr de nourriture.

### Equivalent CO2

Equivalent en tonnes de CO2 produites calculé sur la base des données Agribalyse de l'ADEME (version 3.1.1) et appliqués à nos propres catégories de produits vendus sur l'année.

### Soutien local

Calcul sur la base de nos données de vente, avec comme critère la localisation du fournisseur dans la même région que le magasin concerné, soit dans un rayon de 200km maximum. Agrégation sur tout le réseau pour obtenir le chiffre global.

### Tonnes de produits donnés

Volume de produits donnés calculé d'après nos données internes de valorisation financière des dons, exclusivement dans la catégorie alimentaire. Nous avons calculé des ratios équivalent kg/CA sur la base de 80% de nos ventes de produits alimentaires du 01/01/2023 au 31/08/2023, et les avons appliqués à l'ensemble de nos dons de l'année.

### Décrochage moyen

Calcul de notre décrochage moyen sur la base de l'ensemble de nos produits vendus sur l'année, ayant un équivalent comparable chez nos principaux concurrents (5 grandes enseignes de la grande distribution en France).

### Economies réalisables

Application du décrochage au budget moyen d'une famille de 4 personnes en France, estimé à 472 euros par mois (données Sofinscope février 2023).

### Fournisseurs et références anti-gaspi

Le nombre de fournisseurs accompagnés dans la lutte contre le gaspillage alimentaire valorise chaque fournisseur ayant des références anti-gaspi vendues chez NOUS.

## SOURCES CITÉES

Etude ADEME - Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire ; Mai 2016

Livre mémoire des Banques alimentaires, Bernard Dandrel, 2011

Etude Opinionway pour Sofinscope : L'inflation, quel impact sur le frigo des Français ? - Les Français et le budget alimentation - Février 2023



**NOUS**  
anti-gaspi

Les épiceries qui vont dans le bon sens.

---