NÉO CONSO

1ère Édition

Juillet

2022

25 INITIATIVES INSPIRANTES

POUR UNE CONSO PLUS RESPONSABLE

éditions DAUVERS

Elles déferlent de partout, tous les jours. Les initiatives porteuses d'une consommation plus durable fleurissent quotidiennement. Les dénombrer toutes relèverait de la gageure. **Certaines sont totalement structurantes et engageantes pour l'entreprise, bousculant alors les Hommes et les process**. D'autres relèvent du simple greenwashing de bon aloi, mais ont, *a minima*, le mérite de pouvoir éveiller les consciences du grand public. Un premier pas.

Cette première édition de "NÉO CONSO" n'a pas vocation à distribuer les bons points, mais uniquement à vous inspirer. Les 25 initiatives sélectionnées ne sont pas toutes duplicables en l'état. Ni même, forcément, couronnées de succès vues par le seul prisme économique. En revanche, **toutes portent une étincelle susceptible d'allumer d'autres flammes ailleurs** (si vous adoptez un mode de lecture par analogie)

C'est la raison pour laquelle les 25 (premières) élues s'inscrivent dans des registres aussi variés que possible. Certaines de ces initiatives sont ambitieuses, d'autres anecdotiques. Certaines portées par des multinationales d'autres par des TPE « RSE natives ». **Mais elles ont en commun d'être directement compréhensibles du client. Car, au final, lui seul fait et fera bouger les lignes par son comportement d'achat.**

Bonne inspiration.

Florent Vacheret

25 INITIATIVES INSPIRANTES

> **I.** **Réemploi et vrac** - Initiative 1 à 3..... **5**

> **II.** **Seconde vie et location** - Initiative 4 à 6..... **11**

> **III.** **Gestion des déchets** - Initiative 7 à 9..... **17**

> **IV.** **Recyclage** – Initiative 10 à 12..... **23**

> **V.** **Anti-gaspi** - Initiative 13 à 17..... **29**

> **VI.** **Ethique et social** - Initiative 18 à 21..... **39**

> **VII.** **Pédagogie et com'.** - Initiative 22 à 25..... **47**

SUPPRIMEZ LES EMBALLAGES JETABLES GRÂCE À LA CONSIGNE

FIDÉLISEZ ET INNOVEZ

AVEC LE NOUVEAU SERVICE **NoWW**, LE ZÉRO DÉCHET C'EST MAINTENANT

1 Je prends mon contenant consigné en rayon **Trad** (boucherie-poissonnerie-traiteur) **+ pré-emballé + vrac ...**

2 Je paie la consigne en caisse

3 Je rapporte mon contenant à la machine

4 Je suis remboursé en bon d'achat

5 Mon contenant est lavé

Et je recommence

ILS SONT DÉJÀ PASSÉS À LA CONSIGNE, POUR ÊTRE LE PROCHAIN ... CLIQUEZ ICI

contact@noww.fr

Pour suivre le déploiement de la consigne en France c'est par ici noww.fr @nowasteinmyworld

LE “VRAC CONSIGNÉ” DE BOCOLOCO CHEZ MONOPRIX

LE VRAC CONSIGNÉ DE BOCOLOCO CHEZ MONOPRIX

C'est quoi ?

Une trentaine de codes d'épicerie en bocaux consignés, proposés par la startup Bocoloco, en test chez Monoprix à Paris.

Où ? Quand ? Comment ?

Deux Monoprix parisiens du 18e (rue Ordener et rue du Poteau) testent **l'offre Bocolo depuis mars 2022. La gamme compte ici 35 codes (biscuits, graines salées, café moulu, semoule, etc.), conditionnés en bocal consigné. Au retour de la consigne, le client perçoit un bon d'achat d'un euro par contenant rendu** (sa valeur initiale), via la borne située à côté du meuble dédié. Les bocaux sont collectés, nettoyés et remplis à nouveau par l'entreprise.

Pourquoi c'est vertueux ?

Bocoloco ambitionne de combiner aux yeux du consommateur les vertus respectives du vrac et des produits conditionnés : le produit brut et l'absence d'emballage perdu d'un côté et la facilité d'usage, l'hygiène et le marketing des marques de l'autre. Le QR code unique apposé sur chaque bocal permet à la fois d'accéder à du contenu enrichi sur le produit et de déclencher le bon d'achat lors du retour à la borne. Le site de conditionnement et de lavage des bocaux se trouve à proximité des deux magasins tests, ce qui est vertueux, au moins pour l'heure.

LES BOUTEILLES CONSIGNÉES DE LA TOURNÉE

LES BOUTEILLES CONSIGNÉES DE LA TOURNÉE

C'est quoi ?

Une start-up qui livre quotidiennement à domicile toutes sortes de boissons et produits d'entretien en bouteilles consignées.

Où ? Quand ? Comment ?

Depuis novembre 2021, La Tournée livre un assortiments de boissons (eaux, jus, vins, sodas, bière, lait), 6 jours sur 7. Et même des produits d'entretien depuis mai. Les créneaux sont pour l'heure uniquement le soir. **Les bouteilles verre sont toutes consignées et l'appro est réalisé en direct ou via un grossiste RHF**. Les commandes se font à la caisse entière (panachée) de 6 grandes bouteilles ou 12 petites. **44 communes des Yvelines et du Val d'Oise sont desservies et l'ouverture en Essonne est prévue en juillet.**

Pourquoi c'est vertueux ?

Sur le papier, le réemploi est nettement plus vertueux que le recyclage : chaque contenant peut être réutilisé une cinquantaine de fois. Encore faut-il que le cycle se fasse en circuit court et que la logistique (lavage, remplissage, relivraison) ne plombe pas le bilan carbone. Chez la Tournée, un produit est rempli en moyenne à 320 km de son lieu de vente en Île-de-France. C'est encore trop, mais la start-up manque de fournisseurs engagés dans la consigne en local (le maté vient d'Allemagne) sans parler des produits dont le conditionnement n'est pas délocalisable (San Pellegrino, Evian, etc.).

LE VRAC GROS VOLUME POUR LA LITIÈRE CAT'S BEST

LE VRAC GROS VOLUME POUR LA LITIÈRE CAT'S BEST

C'est quoi ?

Des palettes entières de litières pour chat vendues en vrac dans des box carton. La litière est à base de copeaux de bois et le client se sert dans des seaux réutilisables.

Où ? Quand ? Comment ?

La marque allemande Cat's Best est spécialisée dans **les litières en pellets réalisés à base de fibre de bois, donc totalement biodégradables contrairement aux litières minérales qui sont des déchets ultimes.** En cohérence avec ce positionnement écolo, la marque propose des "big box" carton pour la vente en vrac sur palette. Même la pelle à main pour se servir est en carton !

Pourquoi c'est vertueux ?

De façon générale, **le vrac ne trouve tout son sens que s'il est tout à la fois vertueux en terme de contenu et de contenant, mieux disant sur les prix et offrant peu de contraintes à l'usage pour les clients.** Cette initiative coche toutes les cases : la litière est conçue à base de pellets de bois, les seaux de 12 litres sont faciles à manipuler/stocker/réutiliser et le produit est moins cher en vrac que conditionné. Et si l'entreprise est allemande, ces produits sont toutefois fabriqués en France.

LA LOCATION LONGUE DURÉE EN MODE NETFLIX DE DECATHLON

SMALL
€20 / mois

Jusqu'à 400 € de produits en permanence en votre possession.

Échangez les produits quand vous le souhaitez

Small

MEDIUM
€40 / mois

Jusqu'à 1000 € de produits en permanence en votre possession.

Échangez les produits quand vous le souhaitez

Medium

LARGE
€80 / mois

Jusqu'à 2000 € de produits en permanence en votre possession.

Échangez les produits quand vous le souhaitez.

Large

LA LOCATION LONGUE DURÉE "NETFLIX" DE DECATHLON

C'est quoi ?

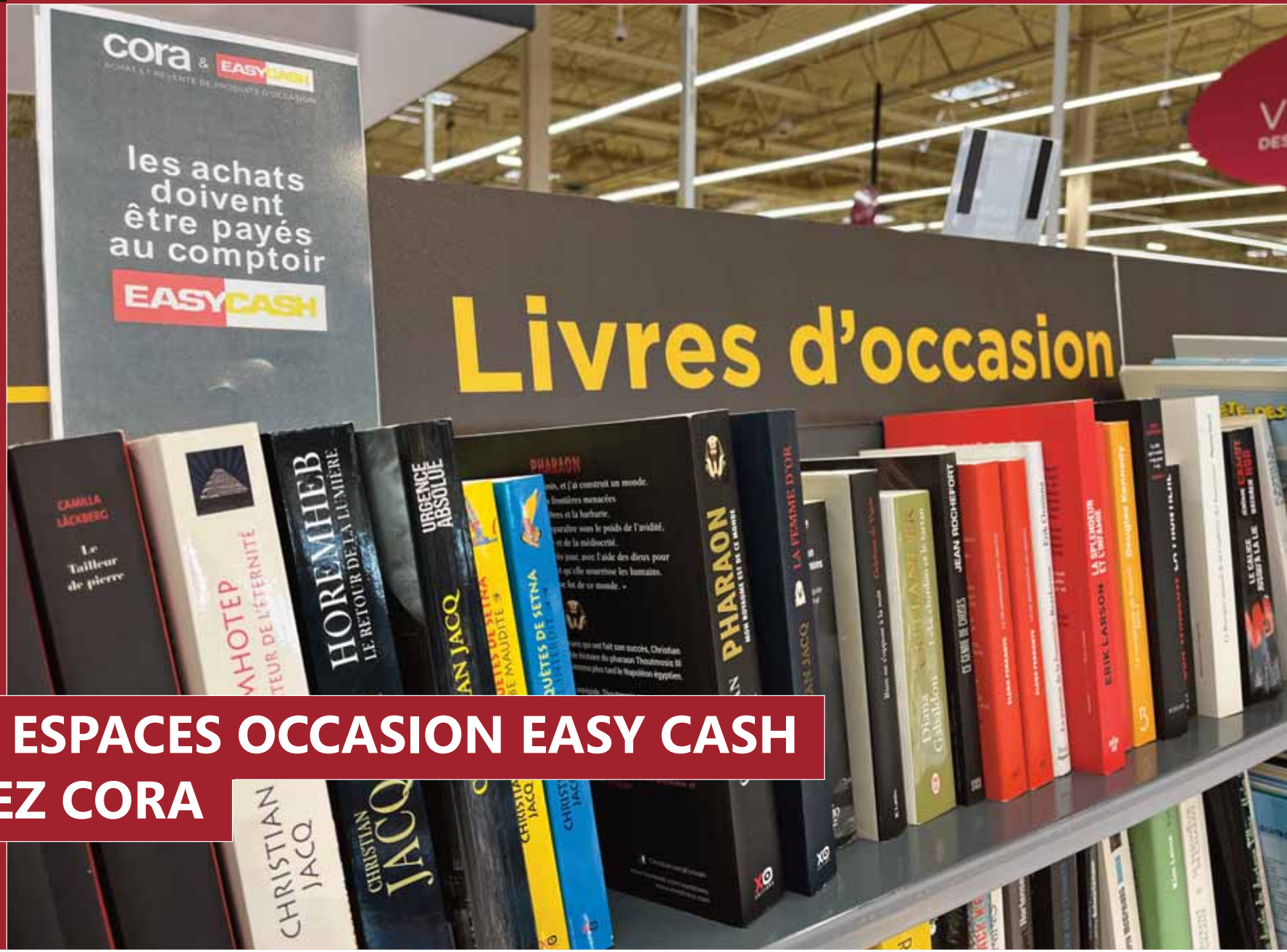
Un service de location de matériel longue durée sous forme d'abonnement mensuel, baptisé Weplaycircular.

Où ? Quand ? Comment ?

Decathlon Belgique a testé dans deux magasins des forfaits d'abonnement à du matériel de sport : pour 20, 40 ou 80 € par mois, le client dispose de 400, 1 000 ou 2 000 € de matériel (valeur équivalent neuf) qu'il peut échanger à sa guise. Une semaine du matériel de ski, le mois suivant des vélos, etc.
70 foyers ont joué les testeurs. Les résultats sont jugés positifs, mais Decathlon a, pour l'heure, suspendu le test avant de le redéployer à court terme auprès de 2 000 foyers.

Pourquoi c'est vertueux ?

Weplaycircular trouve tout son sens sur les articles destinés aux enfants (changement de taille) et d'usage ponctuel ou saisonnier. Il consacre l'usage sur la possession. **Surtout, le test a démontré que l'intérêt économique de l'enseigne était de louer des produits aussi durables (solides, réparables, etc.) que possible pour assurer sa rentabilité.** Laquelle serait alors excellente. Ce qui devient vertueux par essence, a fortiori pour des articles en provenance d'Asie pour la plupart. Reste à peaufiner le modèle commercial.



LES ESPACES OCCASION EASY CASH CHEZ CORA

L'ESPACE OCCASION EASY CASH CHEZ CORA

C'est quoi ?

Des corners de produits d'occasion Easy Cash au sein de cinq (et bientôt sept) hypers Cora.

Où ? Quand ? Comment ?

Cora et Easy Cash ont débuté leur collaboration dans deux hypers, Metz et Lens, en septembre, avant de l'étendre peu à peu : Forbach et Haguenau fin 2021, Nancy en février dernier. **Les catégories couvertes sont les livres, la téléphonie, l'informatique et les jeux vidéos.** Les clients règlent les achats au kiosque Easy Cash situé au sein de l'hyper et non en caisses.
A noter qu'Auchan fait lui aussi ses premiers pas avec Easy Cash à Noyelles-Godault depuis mai 2022.

Pourquoi c'est vertueux ?

On ne s'étendra pas sur le phénomène commercial que représente la seconde main. Ni sur les vertus évidentes du réemploi face au neuf. Les sceptiques de la première heure sont désormais convaincus. Mais c'est un métier à part entière. Et s'appuyer sur les ressources d'un pro présente des avantages : sécuriser et fiabiliser l'appro, rassurer les clients sur les produits techniques. Cora, lui, apporte son trafic.

PICTURE LOUE SES VÊTEMENTS... AU LIEU DE LES VENDRE

PICTURE LOUE SES VÊTEMENTS

AU LIEU DE LES VENDRE

C'est quoi ?

Un service de location de vêtements d'hiver (parkas, pantalons, gants) pour des courtes durées.

Où ? Quand ? Comment ?

Depuis décembre 2021, Picture offre la possibilité de louer ses vêtements pour les sports d'hiver : 10 à 13 euros par jour pour un pantalon ou une parka. **Tout se fait via internet, le colis est livré au domicile du client, qui s'engage à le retourner dans les 48 h après fin de la location.**

Pourquoi c'est vertueux ?

La conso responsable est dans les gènes de la marque française depuis sa création en 2008. **Chaque vêtement technique indique la part de polyester recyclé et/ou biosourcé entrant dans sa composition, les tee-shirts sont en coton bio, etc. Avec la location, Picture offre un service vertueux, quitte à moins vendre d'articles neufs.** Un parti pris courageux mais ô combien porteur en termes d'image.

LES BARQUETTES COMPOSTABLES D'AUCHAN

LES BARQUETTES COMPOSTABLES D'AUCHAN

C'est quoi ?

Des barquettes **d'origine 100 % végétale, compostables à domicile**, qui remplacent les barquettes en polystyrène (PSE) chez Auchan, aux rayons boucherie et marée.

Où ? Quand ? Comment ?

Auchan les a développées avec deux partenaires industriels (Alliance packaging Group et Silver plastics). Il a fallu un an de développement spécifique pour mettre au point cette barquette à base de fibre végétale, notamment de la canne à sucre. **Ces barquettes remplacent les classiques barquettes PSE dans l'ensemble du réseau en France depuis mars 2021**, pour la viande et le poisson conditionnés sur place.

Pourquoi c'est vertueux ?

Avec ses barquettes en fibres végétales, **Auchan joue sur une grande échelle : 55 millions d'unités par an, soit 1 100 tonnes de plastique non recyclable économisées**. Ce n'est donc pas que du greenwashing, loin de là, d'autant que le choix d'une barquette non blanche est un pari sur ces deux rayons. **Auchan et ses partenaires travaillent à une barquette à base de déchets de vigne, pour remplacer à terme la canne à sucre**, qui ne présente pas un bilan carbone optimal (transport). Auchan vise à étendre la diffusion de ces barquettes dans le reste de l'Europe.

LE RECYCLAGE DES AFFICHES EN MAGASIN

LE RECYCLAGE DES AFFICHES EN MAGASIN

C'est quoi ?

La mise à disposition des anciennes affiches à l'entrée des magasins pour un usage de réemploi au verso.

Où ? Quand ? Comment ?

Carrefour en a fait un de ses volets parmi ses différents défis Anti-Gaspi, plutôt bien relayé en magasins vu la facilité de mise en oeuvre. Mais l'idée fait des petits un peu partout, notamment dans les E. Leclerc (photo) et les Hyper U/Super U ces derniers mois.

Pourquoi c'est vertueux ?

C'est le genre d'idée tellement simple qu'on se demande pourquoi personne n'y avait pensé plus tôt. Alors même que l'usage est inscrit de longue date pour des cagettes bois ou cartons. Là encore, **ce n'est pas tant la stricte portée écologique de l'initiative qui importe – ces affiches pouvaient déjà être recyclées comme le reste du papier – mais l'effet de sensibilisation du public, tout en cultivant à peu de frais l'image d'un magasin impliqué dans l'anti-gaspi.**

SPORT 2000 COLLECTE DES CHAUSSURES POUR LE RELAIS

SPORT 2000 COLLECTE DES CHAUSSURES POUR LE RELAIS

C'est quoi ?

Une opération de collecte de chaussures en vue d'une réutilisation, via un don à l'association Le Relais.

Où ? Quand ? Comment ?

Sport 2000 a collecté durant trois semaines (mars 2022) des chaussures en vue de les offrir à l'association Le Relais. **C'était la 16e opération du genre pour l'enseigne qui offrait, en parallèle, un bon pour l'achat d'une paire neuve (de 10 à 30 €, pour une paire à plus de 40, 75 ou 120 €).**

Pourquoi c'est vertueux ?

Difficile à recycler, la chaussure est un produit problématique en matière de RSE. Toutes les paires collectées non réutilisables, qu'on imagine nombreuses, pour ne pas dire très majoritaires, ont d'ailleurs été incinérées en cimenteries. Pour stimuler la collecte, Sport 2000 a distribué des enveloppes papier en boîtes aux lettres. Un bel effort.

LA COLLECTE ET LE RECYCLAGE DES POTS PAR BOTANIC

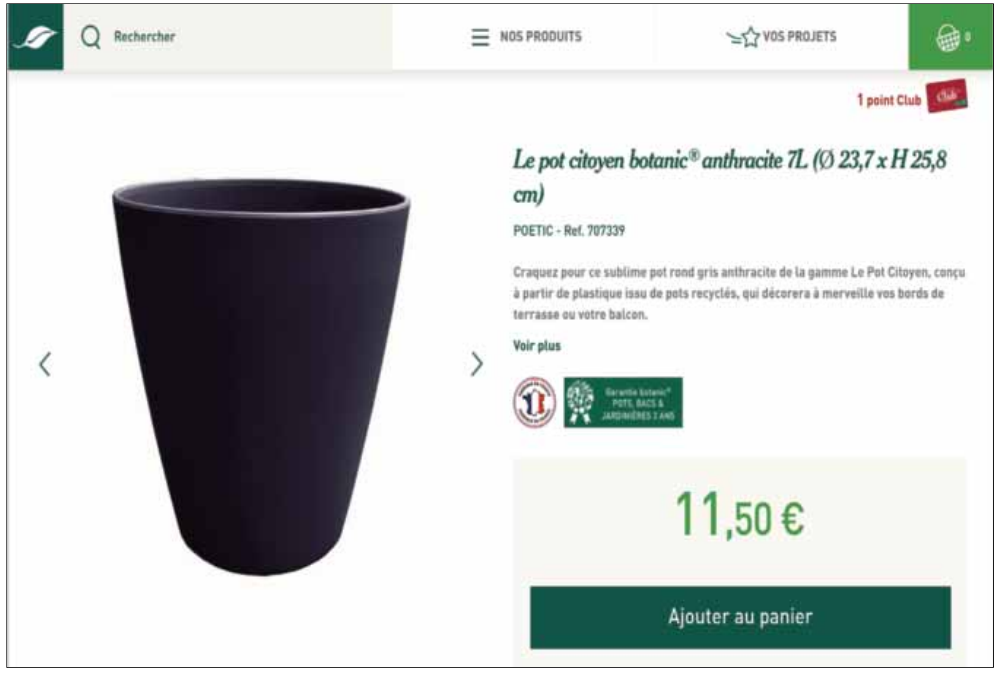
LA COLLECTE ET LE RECYCLAGE DES POTS PAR BOTANIC

C'est quoi ?

Après avoir été pionnier dans la collecte des produits phytosanitaires, Botanic s'est engagé dans **la collecte des pots plastique horticoles en polypropylène dans l'ensemble de ses 74 points de vente**.

Où ? Quand ? Comment ?

L'opération a vu le jour en octobre 2020 et a été pérennisée. Véolia (pour la collecte) et Poétic (transformation) sont les deux partenaires de l'enseigne dans cette initiative. **10 tonnes de ces pots horticoles ont été collectées dès les six premiers mois.**



Pourquoi c'est vertueux ?

Les pots en polypropylène collectés sont transformés en paillettes puis recyclés en une nouvelle gamme baptisée « Les Pots citoyens », évidemment vendus dans les magasins Botanic. L'initiative semble couler de source car les pots plastique sont le plus souvent jetés dès le retour à la maison et donc clairement percus comme un déchet. A fortiori auprès d'une clientèle ayant la main verte, qu'on imagine plus sensible que la moyenne aux questions d'environnement.

LE MOBILIER DE COLLECTE EN PALETTE RECYCLÉE D'INTERMARCHÉ LES ÉPESSES (85)

LE MOBILIER EN PALETTE RECYCLÉE D'INTERMARCHÉ LES ÉPESSES (85)

C'est quoi ?

Du mobilier en bois de palettes recyclées pour collecter les piles, ampoules, bouchons et cartouches d'encre pour l'Intermarché des Épesses (Puy du Fou), réalisé en local.

Où ? Quand ? Comment ?

En mars 2022, Intermarché a accueilli un nouveau meuble de collecte recyclage, lui-même recyclé à partir de palettes perdues fournies par le magasin. **L'adhérent envisage de réaliser une partie de son mobilier de vente sur le même principe**, quitte à assumer le léger surcoût.

Pourquoi c'est vertueux ?

Faire un meuble recyclé pour la collecte du recyclage tombe finalement sous le sens… **Et ce type de démarche a des vertus pédagogiques pour les clients. A noter que l'initiative est à 100 % locale, l'entreprise fabriquant le mobilier (Mon Atelier Connecté) se situant à deux pas du point de vente**. L'artisan vient lui-même chercher les palettes perdues sur le quai.

DECATHLON RECYCLE LES CHAUSSURES EN TERRAIN DE SPORT

DECATHLON RECYCLE LES CHAUSSURES EN TERRAIN DE SPORT

C'est quoi ?

Decathlon et Adidas se sont associés pour collecter des chaussures usagées afin de les recycler. **Les semelles terminent leur vie en revêtement de terrain de sport !**

Où ? Quand ? Comment ?

L'enseigne a collecté durant un mois (février 2022) environ **25 000 paires de chaussures** en vue de les recycler. **La partie textile est partie en filière de recyclage tandis que les semelles ont été broyées et retraitées** pour finir en sol de terrain de sport.

Pourquoi c'est vertueux ?

Le matériau du terrain est issu à 100 % du recyclage des chaussures, sans aucun ajout de matière ou d'agent chimique extérieur. **Et à l'été 2022, le terrain financé par Decathlon et Adidas sera légué à une commune s'engageant à privilégier le sport au féminin, en collaboration avec l'association Collectives.** Au-delà de cette dimension sociale, l'initiative a surtout pour vertu de sensibiliser les clients au réflexe recyclage sur une catégorie de produits que l'on attend pas spontanément.

LES CHIPS DE LÉGUMES MOCHES DE NOUS ANTI-GASPI

LES CHIPS DE LÉGUMES MOCHES DE NOUS ANTI-GASPI

C'est quoi ?

Une gamme de trois recettes de chips (pétales séchés) réalisées à partir de patates douces, betteraves, panais et pomme (fruit) qui seraient partis à la poubelle.

Où ? Quand ? Comment ?

A l'automne 2021, **la jeune enseigne "Nous anti-gaspi", 24 magasins, en Bretagne et à Paris,** a sorti une gamme de "chips" de fruits et légumes moches ou de trop petits calibres pour être valorisés en frais. Les produits sont fabriqués par Il était un fruit (34), avec des recettes naturelles, sans aucun additif.

Pourquoi c'est vertueux ?

Au-delà des volumes réalisés, qu'on imagine forcément modestes, c'est la démarche qui est intéressante. **Parce que la portée symbolique est forte; parce qu'elle permet une vraie revalorisation économique de produits promis à la poubelle ; parce que Nous anti-gaspi sait très bien communiquer (souvent avec humour) en magasin sur ses produits via la PLV ; et parce que l'enseigne engage son nom via cette MDD**. Ce qui n'est pas fréquent à ce stade presque confidentiel de développement.

LES ŒUFS "COMME À LA FERME" DE MATINES

LES ŒUFS "COMME À LA FERME" DE MATINES

C'est quoi ?

Une gamme d'œufs, bio et plein air, **vendus tous calibres mélangés** dans la même boîte au look très traditionnel.

Où ? Quand ? Comment ?

En mai 2021, Matines a lancé cette gamme inédite en reprenant les codes les plus traditionnels : **une boîte sans étiquette (impression directe on-pack, ce qui la rend aussi plus responsable), des codes graphiques basiques avec la marque qui se fait oublier et, surtout, l'argument du "comme à la ferme" pour justifier le mélange de calibres dans les boîtes**. Avec l'argument "zéro gaspi" mis en avant pour justifier la démarche auprès du consommateur.

Pourquoi c'est vertueux ?

C'est l'occasion pour les clients de se reconnecter avec les réalités très terre à terre de la production agricole. Non les œufs ne font pas tous la même taille, les fruits ne sont pas tous beaux et calibrés, etc. **Cette initiative a donc subtilement des vertus pédagogiques pour le consommateur.** Et le côté "fermier" authentique du produit vient compenser et justifier l'effort demandé. Sur le plan marketing, c'est plutôt malin de la part du groupe Avril car le fournisseur y trouve largement son compte. Les œufs de petit calibre sont mieux valorisés ici qu'en casserie pour l'industrie.

houra.fr
Tout va bien, il y a houra !

Rechercher un produit

MES COURSES MINUTE

La boutique biologique | Le Marché | Produits frais | Fruits & Légumes | Boucherie | Surgelés | Epicerie | Boissons | Cave | Hygiène & Beauté | Entretien | Animaux | Bébé

Promotions | Nouveautés | Packs à personnaliser | Produits Locaux | Anti gaspi | Sans gluten | Monde | Epicerie fine

Retour

Anti gaspi

Accueil > Produits frais > Anti gaspi

Produits frais
- Nouveautés
- Promotions
- **Anti Gaspi**
- Jus de fruits
- Biologique
- Jambon, Charcuterie
- Traiteur
- Poissonnerie

Bons à consommer, pas à jeter ! Afin de lutter contre le gaspillage alimentaire, chaque jour les managers de rayons Produits Frais de houra identifient des produits à déstocker rapidement avant qu'il ne soit trop

Voir plus

Trier par : Famille Affichage :

L'ESPACE ANTI-GASPI DE HOURA.FR

L'ESPACE ANTI-GASPI DE HOURA.FR

C'est quoi ?

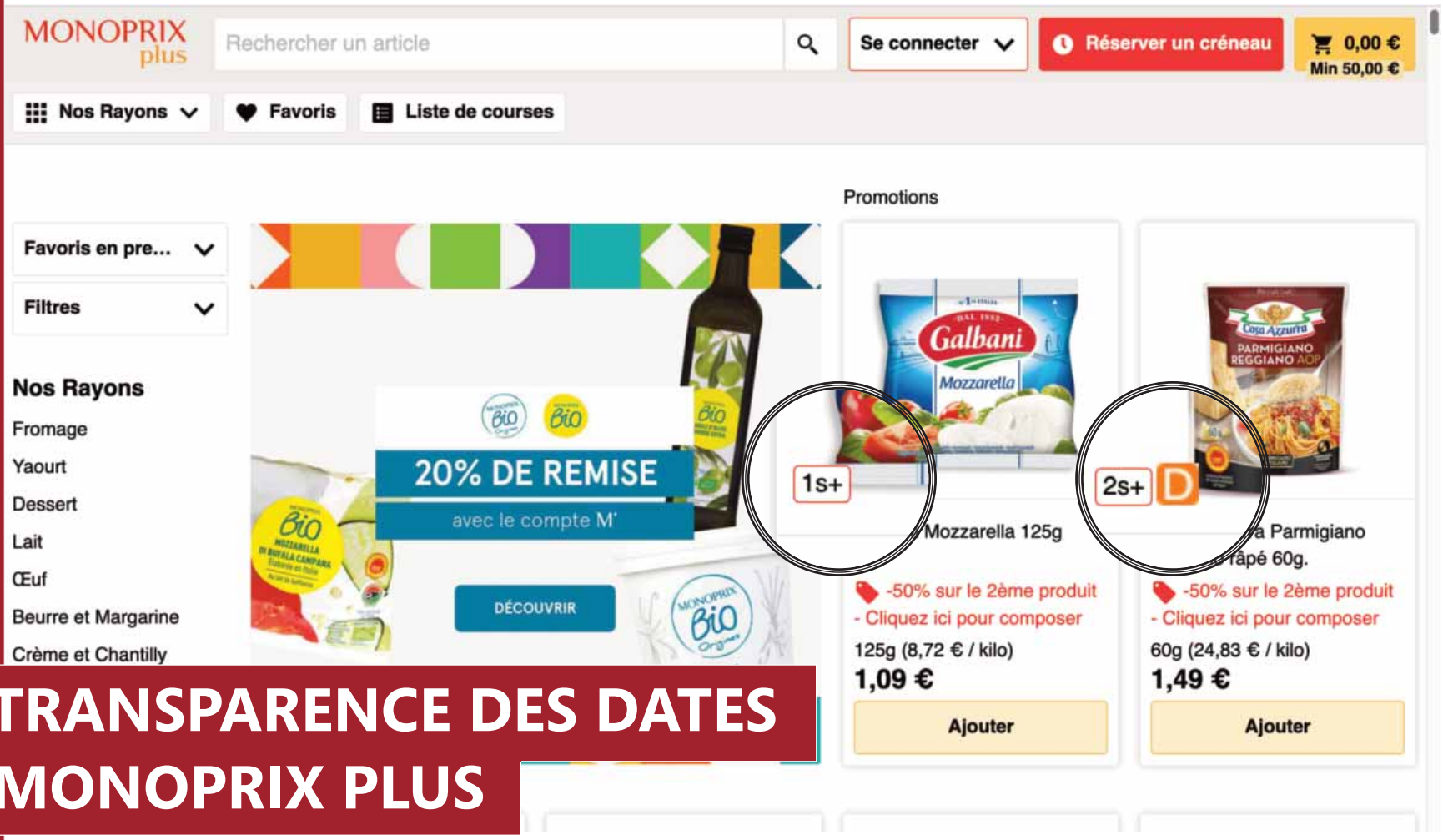
Houra dispose d'un **espace permanent anti-gaspi dédié aux produits ne respectant plus ses contrats-dates .**

Où ? Quand ? Comment ?

Bien mis en avant sur le site, l'espace offre une **lecture directe au client sur la DLC du produit (comme sur toute l'offre Houra en général) et le taux de remise proposé.** Celui-ci est de 15, 20 ou 30 % selon l'urgence à consommer.

Pourquoi c'est vertueux ?

Tout en limitant son taux de casse, et donc le gaspillage, Houra offre de vrais bons plans à ses clients. Par le nombre de produits proposés (100 à 200) mais surtout parce que Houra garantit des contrats-dates généreux : se retrouvent donc dans l'espace anti-gaspi des jambons cuits avec 8 jours de date, du taboulé offrant 11 jours, du saucisson tranché avec 22 jours, etc. Tout le monde est gagnant.



LA TRANSPARENCE DES DATES DE MONOPRIX PLUS

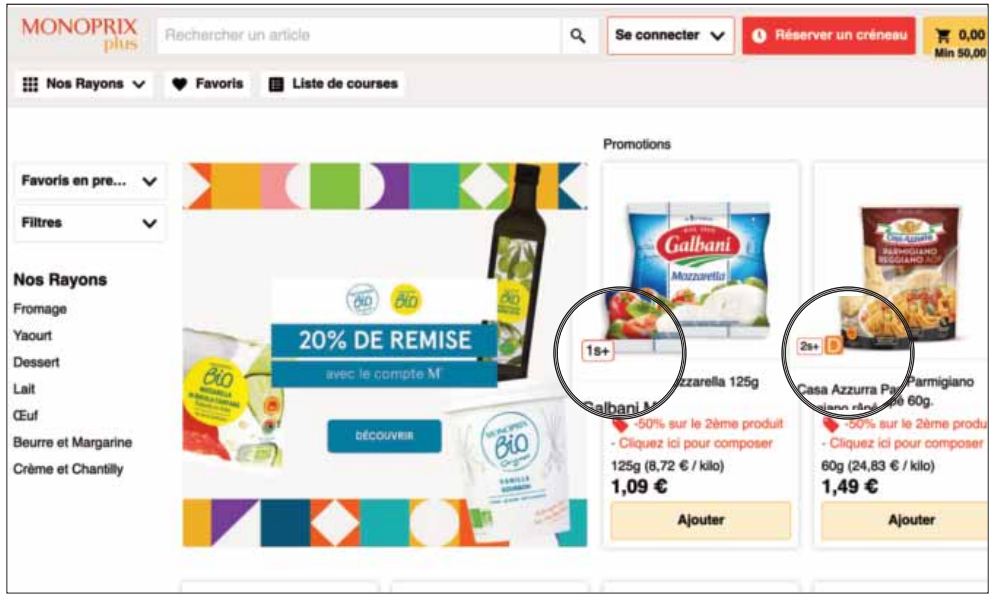
LA TRANSPARENCE DES DATES CHEZ MONOPRIX PLUS

C'est quoi ?

Pour la livraison à domicile sur Paris, le service Monoprix Plus **affiche en clair la durée de vie garantie de chaque article**, y compris les articles sous DDM et non DLC.

Où ? Quand ? Comment ?

Sur le site Monoprix Plus, le client a accès, en lecture directe, au temps minimum garanti dont il dispose pour consommer chaque produit alimentaire. **A noter que la même promesse est valable sur l'offre Naturalia, servie par le même unique entrepôt Ocado de Fleury-Mérogis,** ce qui permet cette fonction de "date management" sur le site.



Pourquoi c'est vertueux ?

Monoprix pousse sa logique au bout en affichant une durée de vie garantie y compris sur les produits sans DLC, comme le pain ou les fruits et légumes. **C'est une excellente façon de sensibiliser les clients au risque de gaspillage.** Dommage toutefois que les abréviations utilisées ne soient pas très intuitives (5j+, 1s+, 3m+, etc.).

Malin, Monoprix Plus propose en parallèle **au stade de validation du panier une sélection d'articles à dates courtes avec un prix remisé, là encore dans une logique anti-gaspi.**

LES ŒUFS ZÉRO GASPI DE CARREFOUR

LES ŒUFS ZÉRO GASPI DE CARREFOUR

C'est quoi ?

Un meuble accueillant les œufs issus de boîtes cassées. Les œufs indemnes sont vendus en vrac à prix compétitif et non plus jetés.

Où ? Quand ? Comment ?

Après les avoir testés dans 30 points de vente, **Carrefour a généralisé à l'automne 2021 les meubles accueillant des œufs en vrac, rescapés de boîtes ayant subi de la casse et donc interdites à la vente en l'état.** Tous les types d'œufs (bio, plein air, poules au sol) sont vendus au prix unique de 50 centimes la boîte de six, ce qui permet au client de mixer les types d'œufs en fonction des disponibilités. Et de réaliser une bonne affaire !

Pourquoi c'est vertueux ?

Lors de la phase de test, **Carrefour affirme avoir "sauvé" l'équivalent de 13 000 boîtes d'œufs. En appliquant la démarche à l'échelle nationale, l'ambition affichée est de 3,5 millions d'unités par an.** D'une simplicité confondante sur le papier, la démarche n'en reste pas moins originale, et spécifique à Carrefour. L'enseigne limite la casse – au sens propre et figuré – tout en offrant des œufs à petit prix à ses clients (le tiers du prix environ). Seule limite de l'exercice, la disponibilité par nature très aléatoire de l'offre laisse les meubles souvent vides.

LES APPROS TRÈS ÉTHIQUES D'EDGARD & COOPER

LES APPROS TRÈS ÉTHIQUES d'EDGARD & COOPER

C'est quoi ?

Une PME belge, née en 2016, proposant des **croquettes chiens premium faites à partir d'ingrédients frais et qui ambitionne d'être la plus vertueuse du monde en 2025 sur sa catégorie.**

Où ? Quand ? Comment ?

Edgard & Cooper se fixe un **triple objectif à l'horizon 2025** : **« zéro carbone »** (mesurer l'impact de chaque ingrédient et n'utilisez que les plus vertueux, monter des filières d'appro anti-gaspi), **100 % d'emballages vertueux** (compostables à la maison, recyclables et/ou réutilisables), des **matières premières 100 % éthiques** (poisson MSC/ASC, poulet plein air, etc.)

Pourquoi c'est vertueux ?

Au cœur de la philosophie d'entreprise depuis la création, **l'approche durable d'Edgard & Cooper est réellement globale**, en intégrant toutes les composantes RSE. Un chantier colossal pour une PME… En outre, Edgard & Cooper reverse 1 % de ses revenus à des associations de défense des animaux (plus de 600 k€ depuis sa création).

KOKOPELLI, LA SEMENCE LIBRE POUR TOUS

KOKOPELLI, LA SEMENCE LIBRE POUR TOUS

C'est quoi ?

Une gamme hyper-large de **plus de 1 400 variétés de semences bio et reproductibles commercialisée par l'association Kokopelli,** née en 1999, porte-drapeau de la « semence libre ».

Où ? Quand ? Comment ?

Kokopelli a pour ambition de **redonner aux paysans (et particuliers), le contrôle sur leurs semences potagères, céréalières et médicinales. Les sachets sont à prix unique, 3,40 €,** commercialisés par des indépendants et des magasins bio (Biocoop surtout) mais pas en GMS.

Pourquoi c'est vertueux ?

Au-delà de sa dimension ouvertement anti-système, **Kokopelli se place en acteur de la biodiversité et de la transition alimentaire en donnant accès à des variétés de plantes d'intérêt gustatif, nutritionnel et patrimonial.** L'association accompagne ses clients avec moult outils pédagogiques qui donnent envie de faire son potager !

DANS CETTE RECETTE

- 100% de légumes et fruits de saison
- 97% d'ingrédients labellisés
- 67% d'ingrédients en circuits courts
- 80% d'ingrédients bio
- 20% d'ingrédients français
- 1026g d'empreinte CO2

Les informations sur ce produit sont établies avec Etiquettable

Linguine & chicken bolo .

eco score | 645 KCAL

7,90€ + AJOUTER

DANS CETTE RECETTE

- 100% de légumes et fruits de saison
- 10% d'ingrédients labellisés
- 787g d'empreinte CO2

Les informations sur ce produit sont établies avec Etiquettable

Frittata aux courgettes & à l'aneth.

eco score | 455 KCAL

7,90€ + AJOUTER

FOODCHÉRI, LES PLATS LIVRÉS ULTRA-TRANSPARENTS

FOODCHÉRI, LES PLATS LIVRÉS ULTRA-TRANSPARENTS

C'est quoi ?

Filiale de Sodexo, FoodChéri est **un spécialiste de la livraison de déjeuners poussant à fond les curseurs de la consommation responsable.** Et s'inscrit en pionnier de l'Eco-Score prôné par Yuka, avec 96 % de ses produits A ou B un an après la mise en place.

Où ? Quand ? Comment ?

Elaborées dans une cuisine centrale à Sucy-en-Brie (77), **les recettes cochent toutes les cases de la transition alimentaire : pour chacune, le client sait quelle part des ingrédients est issue de circuits courts, de saison, bio ou labellisés**.

Pourquoi c'est vertueux ?

FoodChéri va très loin dans sa démarche en supprimant les bouteilles plastique ou des ingrédients « polémiques » comme le bœuf, le cabillaud et l'avocat. Seul bémol : la logique de circuit court perd très largement son sens dès lors qu'on s'éloigne de la cuisine centrale située à Sucy-en-Brie, avec des plats livrés à Lyon, Bordeaux, etc.

Sustainable cotton

Goal for 2025
100%

2020
76%

2019
48%

DU COTON 100 % DURABLE CHEZ ACTION

DU COTON 100 % DURABLE CHEZ ACTION

C'est quoi ?

Le discounter Action s'engage à ne distribuer **que des produits à base de coton responsable, labellisé BCI, à l'horizon 2025.**

Où ? Quand ? Comment ?

Action doit faire passer en six ans (2019-2025) **de 48 à 100 % la part des produits de ses marques propres textile (Cozzi, Docle Bella, Ziki, etc.) en coton durable BCI** (Better Cotton Initiative). BCI forme les agriculteurs à réduire l'usage de l'eau et des pesticides.

Pourquoi c'est vertueux ?

Action revendique une économie de 5 milliards de litres d'eau et 3,4 tonnes de pesticides pour 2020. **Et l'enseigne fait preuve d'une vraie transparence en indiquant très clairement que les produits portant le logo BCI vendus dans ses rayons mélangent encore coton durable et standard, faute d'une filière de collecte et transformation dédiée.**
Le fait qu'une enseigne aussi discount qu'Action puisse porter une démarche d'une telle ampleur fait, en creux, la démonstration que l'ensemble du retail pourrait faire de même en s'en donnant les moyens.

LES BORNES DE RECHARGE VÉLO ELECTRIQUE DE SHERPA

LES BORNES DE RECHARGE POUR VÉLO DE SHERPA

C'est quoi ?

Des bornes de recharge pour vélos électriques (VAE) **mises à disposition gratuitement** par les magasins Sherpa.

Où ? Quand ? Comment ?

Depuis 2019, **50 des 120 Sherpa ont été progressivement équipés avec ces bornes fournies et financées par Bosch**. Seuls les vélos équipés de batteries Bosch peuvent s'y recharger, sachant que le fournisseur allemand reste la référence en matière de système batterie-moteur pour les modèles moyen et haut de gamme.

Pourquoi c'est vertueux ?

L'initiative accompagne **l'explosion de l'usage des VTT électriques en général et particulièrement en zone de montagne ces dernières années.** Et fait écho aux bornes de recharge pour voitures des magasins « de plaine ». Sherpa et Bosch y trouvent chacun un intérêt évident en termes d'image, le caractère inattendu du service surprenant agréablement les clients. Même si certains y verront du green-washing un peu facile.

LA PÉDAGOGIE VEGGIE DE CARREFOUR SUR YOUTUBE

LA PÉDAGOGIE VEGGIE DE CARREFOUR SUR YOUTUBE

C'est quoi ?

Une initiative commune de **Carrefour et Danone avec cinq autres fournisseurs** pour promouvoir, via des vidéos sponsorisées sur le site 750 g, la consommation de produits veggie.

Où ? Quand ? Comment ?

En avril 2022, Carrefour et les six marques partenaires (Alpro (Danone), Bonduelle, Barilla, Céréal Bio, Happy-vore et Knorr) ont diffusé **trois séries de live-cooking sur le site 750 g où des chefs mettaient en œuvre les produits partenaires dans des tutos de recettes**. Les produits, les vidéos et les recettes étaient en parallèle disponibles sur Carrefour.fr en mode click to buy.

Pourquoi c'est vertueux ?

Alors qu'ils sont clés dans la transition alimentaire, les produits veggie souffrent encore à la fois d'a priori quant à leur qualité gustative – historiquement justifiés pour certains… – et d'une méconnaissance dans leur mise en œuvre culinaire. Ces deux freins pénalisent inévitablement l'achat. En s'appuyant sur des marques connues et en faisant preuve de pédagogie, Carrefour se donne les moyens de convaincre de nouveaux consommateurs.

GO FOR GOOD, LE LABEL MAISON DES GALERIES LAFAYETTE

GO FOR GOOD, LE LABEL MAISON DES GALERIES LAFAYETTE

C'est quoi ?

Un label interne mis en place par les Galeries Lafayette qui **évalue le degré d'engagement responsable des marques**, principalement textile.

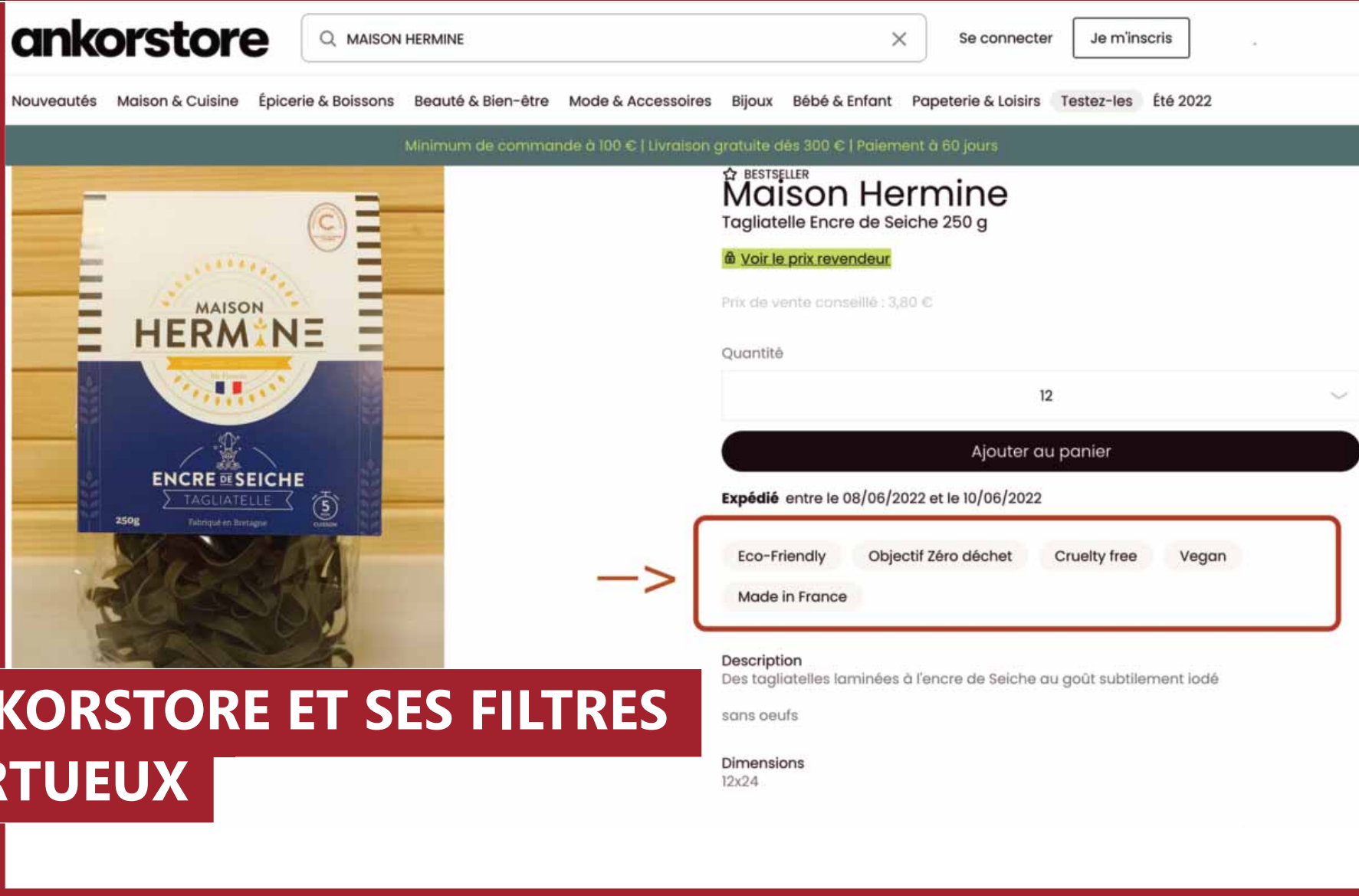
Où ? Quand ? Comment ?

Go for good a été créé dès 2018. **Le label couvre 3 catégories RSE : l'environnement, la production locale et le volet social. 700 marques fournisseurs sont concernées, surtout textile**, mais tous les rayons sont embarqués dans la démarche. Le label est attribué à toute marque s'engageant sur un des six critères clés définis : origine des matières premières, procédés de fabrication, etc. **En 2021, 22 % du chiffre d'affaires a été réalisé sous label "Go for good".**

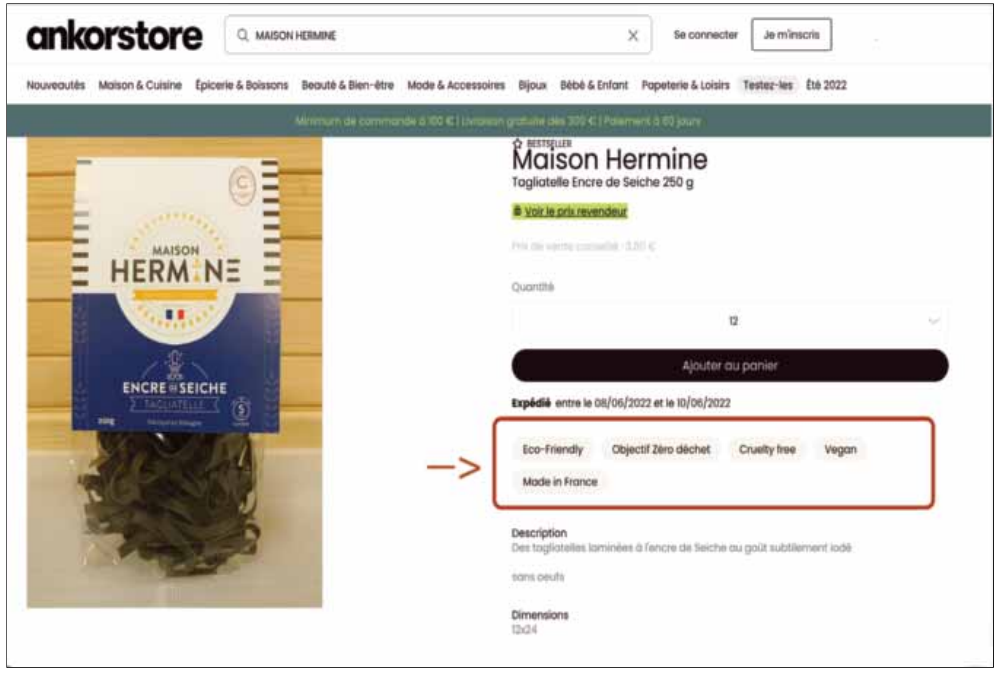
Pourquoi c'est vertueux ?

L'industrie textile n'est pas la plus vertueuse sur le plan RSE, loin s'en faut. Les Galeries Lafayette incitent leurs fournisseurs à se mettre en mouvement en créant une saine émulation entre eux. **Le sujet étant porteur auprès de la clientèle de l'enseigne, celle-ci ne se prive pas de communiquer et de mettre en avant les marques de PME françaises peu connues mais particulièrement vertueuses : Patine, Reiko, les Récupérables, Bandit Manchot, etc.** Et le groupe se fixe des objectifs chiffrés, même s'ils restent modestes : 25 % du CA sous label Go for Good en 2024.

ANKORSTORE ET SES FILTRES VERTUEUX



ANKORSTORE ET SES FILTRES VERTUEUX



C'est quoi ?

Ankorstore est une marketplace phare du BtoB, permettant de relier petits producteurs et petits commerçants, dont l'interface offre de nombreux filtres « responsables ».

Où ? Quand ? Comment ?

Ankorstore héberge 15 000 marques couvrant de nombreuses catégories (maison, épicerie, beauté, etc.). **Le client peut filtrer l'offre selon cinq « valeurs » bien dans l'air du temps : bio, eco-friendly, cruelty free, fait-main, zéro-déchet, vegan.**

Pourquoi c'est vertueux ?

Par nature, l'initiative est très louable et valorisante pour l'offre proposée. Donc inspirante. Mais elle permet aussi de toucher du doigt les limites de l'exercice. Sur les 6 300 marques françaises d'épicerie proposées, 2 400 se revendiquent « cruelty free », label mis en place pour garantir l'absence de test sur les animaux (pour les cosmétiques). De même, près d'une marque sur deux serait « objectif zéro déchet » ou « eco-friendly », allégations trop vagues, dont les fournisseurs abusent... à l'évidence !

NÉO CONSO

1ère Édition

Juillet

2022

25 INITIATIVES INSPIRANTES

POUR UNE CONSO PLUS RESPONSABLE

A SUIVRE...