



Cuisines
durables :
réduire le
gaspillage
alimentaire



World Menu Report

Cuisines durables : réduire le gaspillage alimentaire

Avant-propos de Jonathan Porritt, expert en développement durable, fondateur de Forum for the Future

La promotion de la minimisation des déchets est devenue chose courante dans de nombreux secteurs de l'économie au cours des dix dernières années. « L'argent n'a pas d'odeur », dit-on. Cela semble un peu cliché mais là où les entrepreneurs peuvent faire des profits grâce aux déchets des autres (ou aux leurs), les forces du marché se mettent à l'œuvre, et ce de manière très différente aux quatre coins du monde.

Il est toutefois intéressant de constater que l'on ne porte pas le même intérêt aux déchets alimentaires. Par exemple, nous savons depuis plusieurs décennies qu'une grande part des récoltes issues des cultures vivrières des pays en développement n'est jamais transformée en denrées alimentaires, et pourtant l'aide apportée à ces pays pour résoudre ce problème reste insuffisante.

Ce n'est que depuis quelques années que le gaspillage alimentaire commence réellement à attirer l'attention dans le monde occidental. Je sais par expérience combien les Britanniques sont choqués lorsqu'ils découvrent que jusqu'à un tiers de tous les aliments achetés finissent à la poubelle avant même d'avoir été consommés.

Ce type de gaspillage est devenu endémique, et pas seulement dans nos foyers. Comme le montre ce rapport très révélateur, une quantité considérable de nourriture est gaspillée dans les cuisines professionnelles, qu'il s'agisse aussi bien des commandes et de la préparation des aliments que des restes que les clients laissent dans leurs assiettes.

L'enquête qui a servi de base au World Menu Report témoigne des préoccupations que suscite ce type d'« usage abusif des richesses naturelles de la Terre ». Près de la moitié des personnes interrogées estime qu'il revient aux autorités gouvernementales de trouver une solution à ce gaspillage.

La vérité est que cela n'arrivera pas. Il est donc d'autant plus important qu'Unilever Food Solutions prenne les choses en main avec sa campagne mondiale « United Against Waste » (Tous Unis Contre le Gaspillage).

Seules des initiatives comme celle-là peuvent rompre ce « cercle vicieux de déresponsabilisation », dans lequel chacun se renvoie la balle. Avec un tel soutien (et l'encouragement de ceux qui parmi nous profitent des produits issus des cuisines professionnelles), il n'y a pas de raison que l'industrie alimentaire, aux quatre coins du monde, ne montre pas l'exemple dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Sommaire

Le premier World Menu Report, publié en janvier 2011, portait sur une question cruciale pour les consommateurs du monde entier : la nécessité de communiquer davantage d'informations sur les aliments consommés hors domicile. Ce nouveau rapport s'intéresse à une préoccupation des consommateurs tout aussi importante : le développement durable en restauration hors domicile.

Cette préoccupation concerne les pratiques durables au sein des restaurants et des « cantines » avec un intérêt particulier pour le gaspillage alimentaire. Globalement, les consommateurs ont clairement montré qu'ils se sentaient concernés par le gaspillage alimentaire lorsqu'ils prenaient un repas hors domicile. Environ 80 % des personnes interrogées (huit personnes sur dix) dans les pays occidentaux se disent préoccupées par le gaspillage dans les cuisines professionnelles, et 87 % de celles interrogées dans les pays en développement partagent cet avis.

66 % de personnes dans les pays occidentaux affirment qu'il est important pour elles de savoir comment les déchets alimentaires sont traités, et 70 % des répondants dans les régions non occidentales sont disposés à payer plus pour manger dans des restaurants utilisant des méthodes de traitement des déchets respectueuses de l'environnement.

D'après le World Menu Report, les consommateurs considèrent que le problème doit être traité par les entreprises elles-mêmes ou par le gouvernement. Ils veulent connaître l'histoire des aliments qui leur sont servis - savoir d'où ils viennent et où ils finiront. A mesure que nous prenons tous conscience de notre impact sur le monde qui nous entoure, la lutte contre le gaspillage alimentaire émerge comme une préoccupation clé, à la fois au sein et hors du domicile.

Selon le PNUE¹, plus de la moitié des aliments produits aujourd'hui dans le monde est perdue, gaspillée ou jetée par manque d'efficacité à différentes étapes de la chaîne alimentaire gérée par l'homme, c'est-à-dire les restaurants et les distributeurs alimentaires. C'est ce que révèle clairement une étude récente de la Sustainable Restaurant Association (SRA) : au Royaume-Uni, 65 % du gaspillage alimentaire dans le secteur de la restauration serait généré durant la phase de préparation, alors que seulement 30 % des déchets proviendraient des restes que les clients laissent dans leurs assiettes².

Les conclusions de ce Rapport démontrent qu'il est impératif de réduire le gaspillage alimentaire dans les cuisines professionnelles pour répondre aux besoins des consommateurs et, surtout, permettre aux entreprises de continuer à satisfaire leurs clients. Unilever Food Solutions cherche à attirer l'attention sur cette préoccupation majeure et à trouver, en collaboration avec l'industrie et ses partenaires, une solution efficace au problème du gaspillage alimentaire dans les cuisines professionnelles.

¹ PNUE, Crise alimentaire et environnement <http://www.grida.no/publications/rr/food-crisis/ebook.aspx>

² Sustainable Restaurant Association, Too Good to Waste, Restaurant Food Waste Survey Report 2010 <http://www.thesra.org/wp-content/uploads/2012/01/SRA002-SRA-Food-Waste-Survey-Full-Report.pdf>

Comparaisons à l'échelle internationale

1 Globalement, 84 % des personnes interrogées affirment être préoccupées par la quantité d'aliments qui est jetée tous les jours dans les établissements de restauration hors domicile. La tendance semble plus forte encore en Chine, au Brésil et en Turquie.

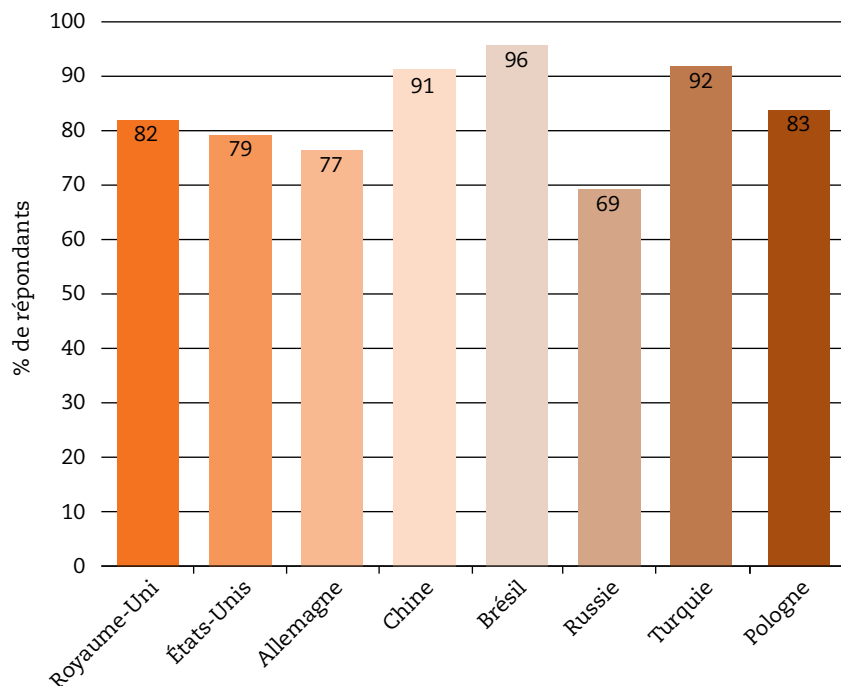
“Le développement durable permet de diminuer les coûts, d'améliorer la qualité des aliments et de réduire les déchets.”
(États-Unis)

“Nous préférons choisir des restaurants aux pratiques durables car nous sommes préoccupés par le traitement des déchets.”
(Brésil)

“La population est réellement préoccupée par le gaspillage alimentaire mais j'ai été vraiment étonné de voir à quel point elle est attentive à ce gaspillage lorsqu'elle mange à l'extérieur. Voilà qui va réveiller les consciences dans les cuisines professionnelles du monde entier.”
Jonathan Porritt,
Directeur Fondateur de
Forum for the Future

Quelle importance accordez-vous à l'adoption des pratiques durables suivantes dans les « lieux de restauration » ?

Figure 1 : La population est globalement préoccupée par la quantité de nourriture gaspillée dans les cuisines professionnelles



Réduction de la quantité de nourriture qui est jetée chaque jour

2 Le respect de l'environnement lors du traitement des déchets est une seconde préoccupation majeure pour les personnes interrogées et, cette fois encore, de manière plus prononcée sur les marchés en développement.

“Protéger l'environnement est important.”
(Russie)

“La protection de l'environnement est importante pour tout le monde.”
(Allemagne)

“Nous devons essayer de réduire les effets néfastes sur l'environnement.”
(Turquie)

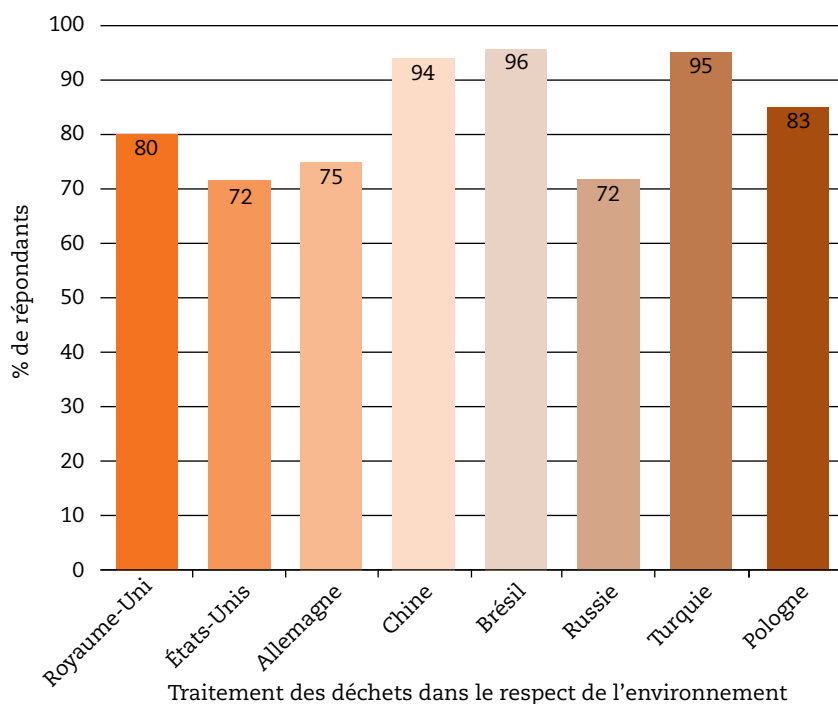
“Le problème environnemental est déjà tellement grave que nous ne pouvons l'ignorer plus longtemps.”
(Chine)

“Reconnaître les besoins du consommateur est au cœur du rôle de l'industrie du Foodservice. En tant qu'industriel, il nous incombe de nous adapter et de répondre aux exigences des consommateurs, ainsi que de nous assurer que nos compétences professionnelles répondent à ces attentes et les dépassent. Les consommateurs du monde entier sont de plus en plus sensibles au développement durable et au gaspillage alimentaire lorsqu'ils prennent leur repas à l'extérieur. Par conséquent, l'industrie du Foodservice doit continuer de jouer un rôle de premier plan dans l'amélioration des pratiques en matière de développement durable.”
Nicki Crayfourd, Directeur du département Santé, Sécurité et Environnement, Compass Group PLC

“Répondre aux préoccupations des consommateurs autour du gaspillage alimentaire sert aussi les intérêts de l'industrie du Foodservice, et ce à deux titres. D'une part, cela permet d'améliorer l'image de notre industrie auprès du consommateur. D'autre part, en réduisant le gaspillage alimentaire, les exploitants réduisent leurs coûts et accroissent l'efficacité en cuisine.”
Sergio Perelman, Directeur Global Packaging & Développement Durable, Unilever Food Solutions

Quelle importance accordez-vous à l'adoption des pratiques durables suivantes dans les « lieux de restauration » ?

Figure 2
Les citoyens sont également préoccupés par le respect de l'environnement lors du traitement des déchets





3

La proportion de personnes disposées à payer plus pour manger dans des restaurants utilisant des méthodes de traitement des déchets respectueuses de l'environnement est plus élevée dans les marchés en développement (70 %) que dans les pays occidentaux (46 %).

“L'utilisation de méthodes respectueuses de l'environnement est aussi bénéfique pour notre santé”
(Chine)

“Nous voulons tous encourager les restaurants à adopter des pratiques durables.”
(États-Unis)

“Nous préférons choisir un restaurant adoptant des pratiques durables parce que nous sommes soucieux du respect de l'environnement et de l'impact que nous avons sur lui”
(Royaume-Uni)

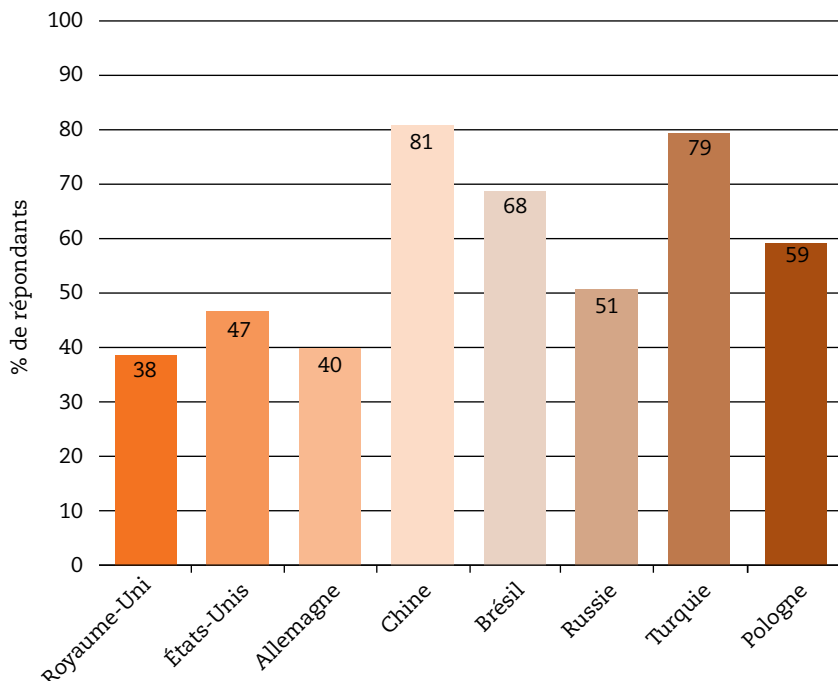
“Lorsque je vais au restaurant, je suis attentive aux pratiques durables, au traitement des déchets et à la protection de l'environnement.”
(Brazil)

“ Compte tenu de leur formation, de leur influence, ainsi que des grandes quantités de produits qu'ils utilisent, les chefs professionnels peuvent avoir un impact positif significatif sur la réduction des déchets et la promotion du développement durable dans le monde. ”

Gissur Gudmundsson, Président de la World Association of Chef Societies (WACS)

“ Je pense que la mise en œuvre de pratiques culinaires plus durables est devenue une nécessité pour nous les chefs et qu'elle est intimement liée à la philosophie des chefs professionnels. Si vous souhaitez améliorer l'efficacité de vos méthodes de travail en cuisine, il s'agit d'une démarche qui offre deux avantages. Cette démarche consiste à adopter une approche réfléchie pour cuisiner efficacement et permettre au chef, premièrement, de réduire le gaspillage de nourriture et d'énergie et, deuxièmement, de faire des économies grâce à la diminution des coûts de main-d'œuvre et d'énergie, ainsi qu'à la minimisation des frais liés aux déchets.”

Kees van Erp, Lead Chef Global Unilever Food Solutions

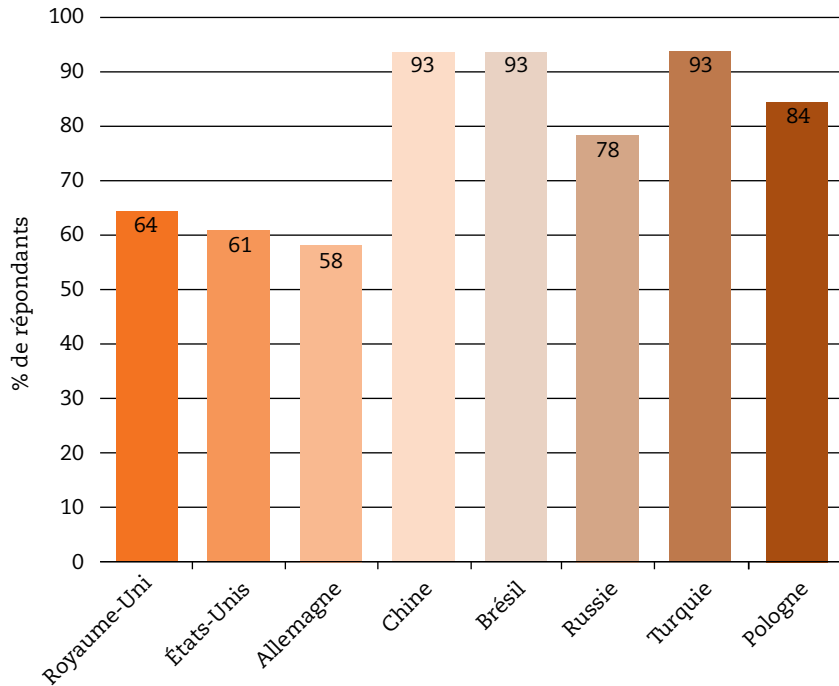


Êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

Figure 3
Le nombre de personnes disposées à payer plus pour manger dans des restaurants utilisant des méthodes de traitement des déchets respectueuses de l'environnement est plus élevé dans les pays non occidentaux

Je suis prêt à payer plus pour manger dans un restaurant qui a mis en place des mesures visant à limiter les déchets et les effets néfastes sur l'environnement lors de leur traitement

4 Le pourcentage de personnes souhaitant une plus grande visibilité quant aux pratiques durables des lieux de restauration est beaucoup plus élevé en Chine, au Brésil, en Russie et en Turquie (89 %) que sur les marchés développés (66 %)



Pensez-vous qu'il devrait y avoir plus de transparence à propos du contenu de votre repas, de sa provenance et de sa préparation ?

Figure 4
Le pourcentage de consommateurs pensant que les établissements de restauration devraient communiquer davantage d'informations sur les pratiques durables à leurs clients est plus élevé sur les marchés en développement

Les pratiques mises en œuvre par les lieux de restauration en matière de développement durable devraient être plus transparentes



“Il est préférable de connaître la provenance de la nourriture.”
(Chine)

“Vous avez davantage confiance dans un produit si vous savez comment il a été cultivé.”
(Russie)

“Si j'avais le choix, j'opterais pour un restaurant aux pratiques durables.”
(UK)

“Les clients d'aujourd'hui, tout comme les chefs, sont soucieux de l'environnement. Lorsque les Chefs montrent qu'ils mettent tout en œuvre pour respecter l'environnement et adopter des pratiques durables, le client est assuré que sa volonté de réduire son impact environnemental est respectée.”

Gissur Gudmundsson, Président de la World Association of Chef Societies (WACS)

5

A l'échelle internationale, la population estime qu'il incombe aux autorités gouvernementales de garantir la transparence des pratiques durables des établissements de restauration.

“Quelqu'un doit inverser le cours des choses, sans quoi nous détruirons la terre entière.”
(Turquie)

“L'alimentation fait partie intégrante de la vie. Les chefs jouent un rôle de premier plan dans l'industrie du Foodservice, allant jusqu'à influencer les tendances adoptées par les personnes qui cuisinent chez elles. Il est de notre devoir, en tant que professionnels, d'appliquer des pratiques socialement responsables et de participer à l'information et à la promotion de politiques responsables d'un point de vue environnemental.”
Gissur Gudmundsson, Président de la World Association of Chef Societies (WACS)

“Nous ne voulons pas vivre dans un dépotoir.”
(Pologne)

“Tous les acteurs de la chaîne de valeur de l'industrie du Foodservice doivent faire preuve de plus de transparence quant au caractère durable de leur approvisionnement et de leurs pratiques, en communiquant auprès de leurs clients sur les mesures qu'ils prennent dans ce sens. Chez Unilever Food Solutions nous prenons cela très au sérieux. Nous avons l'ambition de réduire de moitié l'impact environnemental de nos produits et de nous approvisionner à 100 % de matières premières agricoles issues de l'agriculture durable d'ici 2020. Nous atteindrons ces objectifs ambitieux grâce à une série de petites mesures qui feront une grande différence.”
Sergio Perelman
Directeur Global Packaging & Développement Durable, Unilever Food Solutions

Qui devrait se charger d'assurer une plus grande transparence des pratiques durables dans les lieux de restauration ?

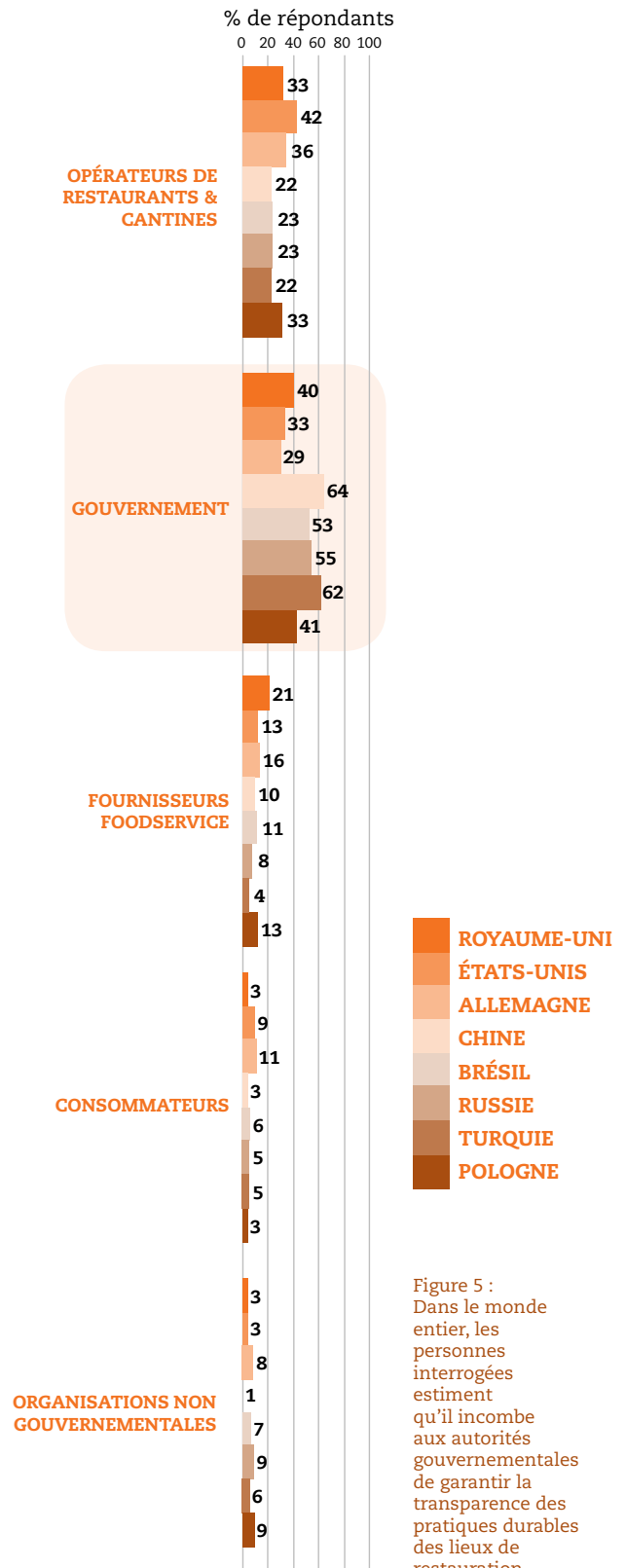


Figure 5 : Dans le monde entier, les personnes interrogées estiment qu'il incombe aux autorités gouvernementales de garantir la transparence des pratiques durables des lieux de restauration

Conclusion

Ce nouveau World Menu Report d'Unilever Food Solutions attire l'attention sur l'intérêt grandissant suscité par le gaspillage alimentaire lors d'un repas pris hors domicile.

Cela semble concerner tous les pays bien que, à l'exception de la Russie, les marchés en développement s'avèrent les plus sensibles à ces enjeux. Chez les consommateurs, cette préoccupation vient d'une volonté de réduire l'impact des déchets alimentaires sur l'environnement. En minimisant le gaspillage alimentaire à la fois au sein et hors du domicile, nous contribuerons par de petites actions à réduire notre empreinte carbone à l'échelle mondiale.

S'il est vrai qu'il s'agit avant tout d'un problème environnemental, il est évident que l'industrie a aussi tout à y gagner : la réduction des déchets alimentaires est synonyme d'une réduction des coûts liés à leur traitement, d'une efficacité accrue dans les cuisines et, au final, d'une diminution de l'empreinte carbone de l'industrie du Foodservice. De petites actions cumulées peuvent faire une grande différence. L'amélioration de la gestion des stocks, la flexibilité des menus, la taille des portions, le respect des saisons et de nombreux autres éléments impliqués dans le voyage de la « fourche à la fourchette », jouent un rôle dans la réduction des déchets et doivent être pris en compte.

Les consommateurs considèrent également qu'il incombe aux autorités gouvernementales de garantir la mise en œuvre de pratiques durables dans les restaurants et « cantines ». Unilever Food Solutions souhaite malgré tout lancer des initiatives ambitieuses et significatives pour galvaniser l'industrie et l'inciter à traiter le problème de manière proactive. En tant qu'entreprise, Unilever a déjà pris des mesures pour réduire les déchets et améliorer ses pratiques durables à travers son Plan pour un Mode de Vie Durable. Nous voulons montrer à nos clients et aux consommateurs que nous sommes déterminés à contribuer à la lutte contre le gaspillage alimentaire dans les cuisines professionnelles, et que nous œuvrons activement, en collaboration avec l'industrie, à la réalisation de ces objectifs.

Unilever Food Solutions a l'intention de poursuivre sa collaboration avec ses collègues de l'industrie alimentaire et avec ses partenaires externes afin de répondre aux préoccupations des consommateurs en encourageant la création de coalitions « United Against Waste » (Tous Unis contre le Gaspillage) à travers le monde. Ces coalitions, qui seront formées dans 74 pays, seront composées d'un groupe d'experts locaux appartenant à l'industrie, qui travailleront ensemble autour d'un objectif commun : réduire le gaspillage alimentaire. Avec les efforts conjugués des partenaires et des consommateurs désireux de gérer intelligemment les déchets, elles chercheront des solutions efficaces pour réduire le gaspillage alimentaire à travers le monde.

Outre la promotion de ces coalitions, Unilever Food Solutions a lancé en 2011 un nouveau service dans la rubrique « Votre Cuisine », baptisé « Stop au gaspi ! » (Wise up on Waste). Le service « Stop au gaspi ! » sera utile à l'industrie à différents niveaux : il aidera à réduire les déchets et à augmenter le résultat net ; il encouragera la responsabilisation de l'industrie et, du même coup, à attirer de nouveaux clients en communiquant sur les engagements pour réduire les déchets ; et il permettra d'accroître l'efficacité en cuisine. À long terme, les consommateurs seront plus enclins à manger dans des établissements responsables d'un point de vue environnemental.

Les actes valent plus que les mots. Nous voulons travailler main dans la main avec l'industrie du Foodservice et des partenaires influents pour aider les acteurs du secteur à réduire leurs déchets alimentaires et ainsi montrer aux consommateurs que nous sommes tous unis contre le gaspillage.



Le World Menu Report

Ceci est le deuxième World Menu Report d'Unilever Food Solutions publié en 2011. Il fournit une photographie de la situation dans le secteur de la restauration hors domicile. Il a été réalisé à partir d'un sondage de consommateurs effectué dans différents pays de manière à pouvoir comparer l'évolution des goûts et des comportements des marchés dans le secteur alimentaire actuel.

À propos de l'enquête

Le World Menu Report d'Unilever Food Solutions mesure les attitudes et comportements des consommateurs vis-à-vis de la restauration hors domicile. Le sondage a été réalisé par le biais d'interviews d'un échantillon de personnes représentatif qui fréquentent régulièrement les restaurants, dans huit pays à travers le globe : États-Unis, Royaume-Uni, Chine, Allemagne, Russie, Brésil, Pologne et Turquie.

Méthodologie

Le World Menu Report d'Unilever Food Solution a été réalisé par BrainJuicer®, en partenariat avec Salt PR. Cette enquête a été menée par le biais d'interviews d'un échantillon représentatif de personnes originaires de huit pays représentant les pays développés et les pays en développement : États-Unis, Royaume-Uni, Chine, Allemagne, Russie, Brésil, Pologne et Turquie. 4 000 personnes (500 dans chacun des huit pays) fréquentant un restaurant au moins une fois par semaine ont été interrogées. Les villes ciblées dans le cadre de cette enquête, dans chaque pays, sont classées en deux catégories : « niveau 1 » (la plus grande ville) et « niveau 2 » (ville relativement plus petite).

L'enquête a été réalisée au moyen d'outils qualitatifs-quantitatifs de BrainJuicer®, tels que MindReader®, une approche brevetée permettant de poser des questions ouvertes et d'obtenir un diagnostic plus fourni et plus approfondi, et FaceTrace®, un concept unique permettant de mesurer les émotions, qui a déjà été primé.

Unilever Food Solutions Qui sommes- nous ?

Unilever Food Solutions aide les chefs et traiteurs de toutes tailles à simplifier le travail en cuisine sans pour autant transiger sur le goût ou le style. Nos ingrédients comptent parmi les produits de base que l'on retrouve dans les cuisines professionnelles de 74 pays à travers le monde : Knorr, Maille, Amora, Lipton, Alsa, etc.

Nous sommes présents dans le secteur alimentaire depuis les années 1880. Nous sommes nous-mêmes des chefs. Nous comprenons donc qu'il est crucial de trouver un équilibre entre la nécessité de surprendre le client et celle d'être rentable, et également celle d'offrir un menu toujours renouvelé et attractif à mesure que les tendances et les goûts évoluent.

À propos de Forum for the Future

Forum for the Future est une organisation à but non lucratif qui travaille en collaboration avec les entreprises et les gouvernements à l'échelle mondiale pour créer un avenir durable. Elle s'est donnée pour mission de transformer les systèmes cruciaux dont nous dépendons tous, comme l'alimentation, l'énergie et la finance, afin de leur permettre de faire face aux défis du 21e siècle. Depuis 15 ans, elle insufflé des idées nouvelles, conçoit des partenariats créatifs et développe des innovations pratiques pour changer notre monde.



L'inspiration. Chaque jour.



Pour obtenir de plus amples informations, contacter le service de presse d'Unilever Food Solutions :

ufs@saltlondon.com
+44 208 870 6777