

Les supermarchés vont bientôt tester les rayons "antigaspi"

Nous vivons dans un monde où le gaspillage est roi. Que peut-on faire pour l'éviter ou l'atténuer ?

Votre demande fait écho à l'appel de 38 acteurs de la chaîne alimentaire. Ils ont signé un pacte dans lequel ils s'engagent à lutter contre le gaspillage alimentaire. Un texte qui vise notamment à éduquer et sensibiliser le public sur la différence entre DLC et DDM.

Ces acteurs de la filière alimentaire ont signé le 28 janvier 2020, à Paris, un pacte dans lequel ils s'engagent à lutter contre le gaspillage via une meilleure « gestion et compréhension des dates de consommation ».

Vous connaissez peut-être l'application anti gaspillage « too good to go » ?

Elle est à l'origine d'un livre blanc sur les dates de péremption et propose dix engagements reposants sur quatre piliers d'action que vous pourrez retrouver sur le site [pactedconsumption](http://pactedconsumption.com) (en un seul mot). Elle espère pouvoir éduquer et sensibiliser l'ensemble des publics à « clarifier la différence entre DLC (date limite de consommation et DDM (date de durabilité minimale).

Comprendre la différence entre ces deux vocables permettrait de donner un peu de vie supplémentaire à des aliments transformés et diminuerait le gaspillage.

Nous connaissons tous la différence entre DLC et DDM. Cette Charte est inutile, pourquoi la signer ?

Si vous la connaissez c'est que vous faites partie des 47% des Français qui connaissent la différence. Reste les 53% qui sont susceptibles de jeter des aliments sur lesquels il est écrit « à consommer de préférence avant » et non « à consommer jusqu'au ». Un gaspillage qui représente 20% du total du gâchis alimentaire en France, selon un avis rendu par la Commission européenne en 2011.

Quels sont les distributeurs et les groupes agroalimentaires signataires de cette charte ? Que comptent-ils faire concrètement ?

Parmi les premiers signataires du pacte, des distributeurs (Carrefour, Casino, Auchan, Système U), des industriels (Bel, Danone,), des fédérations professionnelles (Ania, FCD) et des associations (Familles rurales).

Les grandes chaînes de magasin se sont ainsi engagées à installer des rayons "antigaspi". Des endroits qui réuniront tous les produits dont la date de durabilité minimale est dépassée et qui seront vendus à prix réduit. Une politique déjà largement mise en place chez certains de nos voisins européens. Autre mesure : faire disparaître toute date limite des produits qui ne se périment jamais comme le fromage à pâte dure, le miel, le vinaigre ou le sel.

Février 2020 Serge AVEILLAN