



Accord intersectoriel sur la réduction des pertes alimentaires

Quantification, rapports, mesures les plus efficaces et objectifs sectoriels dans le domaine du commerce de gros et de détail

Berne, février 2026

Auteurs: United Against Waste, Murbacherstrasse 34, 4056 Bâle

En étroite collaboration avec la Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW), les entreprises et associations signataires de l'accord intersectoriel sur la réduction des pertes alimentaires

Sur mandat de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV)

Table des matières

1	Objectif du guide.....	3
1.1	À qui s'adresse ce guide ?	3
2	Quelles données sont collectées pour les rapports ?.....	3
2.1	Principes de base	3
2.2	Groupes de produits	3
2.3	Exigences minimales	5
2.3.1	Commerce de détail et de gros pour la restauration	5
2.3.2	Commerce de gros en amont	7
2.3.3	Rapport sur les mesures de réduction mises en œuvre	7
2.4	Données complémentaires	7
3	Calcul de l'indicateur	8
4	Objectifs de réduction dans le commerce de gros et de détail	9
4.1	Objectifs sectoriels	9
4.2	Objectifs intersectoriels	10
4.3	Rapport sur les objectifs.....	12
5	Mesures de réduction	12
6	Rapports	16
6.1	Instruments et délais	16
6.2	Transmission des données, traitement des données et protection des données	16
6.3	Communication et publication	17

1 Objectif du guide

Ce guide complète l'accord interprofessionnel sur la réduction des pertes alimentaires. Avec cet accord, les entreprises et associations signataires se sont engagées à réduire de moitié les pertes alimentaires évitables d'ici 2030. Le présent guide définit les données que les entreprises signataires du commerce de gros et de détail saisissent chaque année. Il définit en outre des valeurs de référence importantes pour l'établissement des rapports. Il contient également une liste des mesures les plus efficaces et en partie intersectorielles qui peuvent être prises par le commerce de gros et de détail.

1.1 À qui s'adresse ce guide ?

Commerce de détail alimentaire : entreprises qui fournissent des denrées alimentaires directement aux consommateurs finaux.

Commerce de gros alimentaire : entreprises qui fournissent principalement des denrées alimentaires à d'autres entreprises. Cela comprend le commerce de gros pour la restauration (pour la remise à tous les types de restauration) et le commerce de gros en amont (commerce ainsi que pré-transformation partielle de fruits et légumes pour divers acheteurs).

En Suisse, le commerce de détail et de gros de produits alimentaires se compose majoritairement de grandes entreprises qui sont organisées et structurées de manière centralisée. Il existe en outre de nombreuses petites et moyennes entreprises ainsi que des secteurs organisés de manière décentralisée, comme les marchés de producteurs ou la vente directe. La quantification et le rapport tels qu'ils sont définis dans ce guide doivent être effectués aussi bien par les grandes entreprises que par les petites et moyennes entreprises (PME). Les marchés de producteurs, la vente directe et les secteurs informels ne font pas partie du groupe cible.

2 Quelles données sont collectées pour les rapports ?

2.1 Principes de base

Les pertes saisies électroniquement constituent la base du rapport pour le **commerce de détail et le commerce de gros de la restauration**. Les pertes comprennent en général tous les articles non vendus et sont préparés par les entreprises.

La base du rapport dans le **commerce de gros en amont** est une enquête annuelle sur les pertes en kg de pommes de terre, de fruits et de légumes.

L'indicateur national de quantité de pertes alimentaires évitables dans le commerce de gros et de détail suisse est exprimé en "kg de pertes alimentaires par personne et par an", l'indicateur environnemental en "unités de charge environnementale par personne et par an". Les données nécessaires au calcul de ces deux indicateurs sont expliquées dans les paragraphes suivants.

2.2 Groupes de produits

Pour une évaluation différenciée des progrès et pour pouvoir mettre en évidence l'effet de mesures spécifiques, la différenciation des pertes alimentaires en groupes de marchandises est utile.

Dans de nombreux cas, les systèmes de catégorisation actuels des différentes entreprises ne sont pas cohérents et incluent des catégories qui se chevauchent mutuellement. Pour les rapports nationaux, les quantités de pertes alimentaires doivent être classées dans des catégories uniformes.

Le tableau suivant présente la catégorisation prévue pour le rapport sur les pertes alimentaires dans le **commerce de détail et le commerce de gros de la restauration**. La structure a été optimisée sur la base des enseignements tirés des essais pilotes, de manière à ce que les différents groupes de marchandises puissent être déduits de manière optimale à partir des données existantes des entreprises. La catégorisation a également pour objectif de permettre la comparaison des données provenant de différents niveaux de la chaîne alimentaire. En outre, les critères suivants ont été pris en compte :

- Les denrées alimentaires dont l'impact environnemental par kilogramme varie fortement sont, dans la mesure du possible, classées dans des groupes de marchandises séparés (p. ex. beurre et lait).
- Les boissons doivent être classées dans un groupe de produits séparé, car le rapport sur l'ODD 12.3 n'inclut pas les boissons.

Groupes de marchandises	Contiennent...
<i>ID Description</i>	
1 Fruits	Pommes et poires, bananes Agrumes : oranges, citrons, citrons verts, grapefruits Baies, raisins : myrtilles, raisins, canneberges, fraises, raisinets, cassis, groseilles Melons, fruits à noyaux : melons, pastèques, nectarines, mirabelles, prunes, pruneaux, cerises Fruits exotiques : avocats, gingembre, kiwi, ananas, grenade, maracuja, mangue, kaki/persimon, papaye, dattes, litchis, citronnelle Conserves de fruits (compote, fruits au sirop, cocktail de fruits) Fruits secs Fruits et baies surgelés
2 Légumes, salades, champignons	Tomates, concombres, courgettes, poivrons, aubergines, chou-fleur, brocoli, choux (y compris chou-rave, choux de Bruxelles, chou chinois, chou blanc/rouge, pak-choi), céleri-rave, betteraves, champignons, maïs (non-moulu), autres légumes : fenouil, courges, épinards, asperges, artichauts, Cima de Rapa Conserves de légumes (pelati, purée de tomates, maïs) Produits surgelés (légumes, mélanges de légumes, herbes etc.)
3 Légumineuses (fèves de haricots, lentilles, pois)	Légumineuses (lentilles, pois-chiches, petits pois), pois mange-tout, haricots (verts, blancs, rouges), fèves de soja (hors tofu et autres alternatives à la viande transformées)
4 Pommes de terre	Pommes de terre (fraîches, purée, rösti), frites
5 Féculents de garniture (pâtes, riz, polenta)	Pâtes (blé, épeautre, riz etc.), riz (jasmin, grain long, grain moyen, basmati, risotto), blé, semoule, quinoa, polenta, wraps, piadina
6 Farine, flocons, graines de céréales	Céréales, graines de céréales, muesli, farine, poudre à lever
7 Produits boulangers (pain, croissants, gâteaux)	Pains et toast (pain frais, pain précuit, pain cuit), pains sucrés, tresses, croissants, brioches, pâte préparée, produits boulangers à base principale de farines (gâteaux, cakes, muffins, biscuits, madeleines, panettone)
8 Snacks salés (chips, gressins)	Chips, snacks d'apéritif, popcorn, grissini, galettes de riz ou maïs, crackers, galettes croustillantes, zwieback
9 Sucre	Sucre, édulcorants, miel
10 Produits sucrés, confiserie, desserts (conservables)	Meringues, sucreries (marshmallows, bonbons, oursours gélifiés, chiclettes, caramel, nougat), confitures, pâtes à tartiner sucrées (nutella, beurre de

Groupes de marchandises ID Description	Contiennent...
	cacahuètes), barres céréales, nutrition sportive (poudres/boissons/barres protéinées, isotoniques, produits diététiques), compléments alimentaires (vitamines)
11 Pâtisseries, tourtes, roulades	Pâtisseries (tranches à la crème, japonais, tartelettes aux fruits, vermicelles, tiramisù etc.), tourtes, roulades
12 Chocolat	Chocolat (tablettes, pralinés, barres, snacks à haute teneur en chocolat)
13 Huiles, graisses (végétales), noix	Noix (entières ou moulues, rôties, salées ; amandes, noix, noix de coco, noisettes), graines (tournesol, courge, chia, lin, sésame, pin), huiles (olive, tournesol, coco), crème de coco, beurre à rôtir, margarine
14 Pâtes à tartiner salées, sauces, épices	Dips (guacamole), pâtes à tartiner salées (le Parfait, Cénovis, Thonpains, crèmes à tartiner), antipasti (olives, tomates séchées, câpres), sauces à grillades (ketchup, autres), épices (sel, poivre etc.), sauces (pour pâtes, rôtir), mayonnaise, fonds de sauce, bouillon, vinaigre
15 Œufs	Œufs frais, cuits, mi-transformés
16 Lait, yogourts	Lait, yogourt, boissons au yogourt, crèmes (poudre pour crèmes et puddings), crème fraîche, acidulée, flans, riz au lait
17 Crème, fromage, beurre	Fromage, crème, crème fouettée, beurre, glaces à base de lait
18 Alternatives végétaliennes aux produits laitiers/œufs	Lait végétal (amandes, avoine, soja, coco, riz), alternatives végétales de yogourt, drinks au yogourt, fromage, crème ; margarine végétale, sorbets, glace végane
19 Viande	Bœuf, viande hachée, hamburger, poulet, dinde, canard, porc, veau, agneau, cheval, autruche, lapin, tartare, roastbeef, carpaccio, saucisse, cervelas, jambon cuit, jambon roulé, jambon fumé, jambon cru, viande fumée, salami, charcuterie, lard, dés de lard, pâtés Viande surgelée (burger, volaille, nuggets, fondue chinoise)
20 Poisson et fruits de mer	Poisson frais, moules, poisson fumé, surimi, crevettes, sushi, caviar Poisson surgelé
21 Alternatives végétaliennes à la viande	Produits à base de tofu, quorn, protéines de pois, soja, falafel, légumes (boulettes de légumes, burger) etc.
22 Plats cuisinés	Pâtes (ravioli, ramen etc.), spätzli, soupes prêtes à consommer, pizza, panini, quiches, crêpes, produits surgelés prêts à consommer (pizza, tartes flambées, apéritifs, lasagnes, rouleaux de printemps)
23 Café, thé	Capsules à café, café en grains, café soluble, thé, cacao en poudre
24 Boissons alcoolisées	Vin, bière, alcools forts
25 Jus (fruits, légumes)	Jus d'orange, d'agrumes, multivitaminés, de pommes, smoothies, de légumes
26 Eau (minérale, limonades)	Eau minérale, cola, limonades, toniques, ice tea, boissons énergétiques, boissons sportives et wellness, sirops, apéritifs et boissons pétillantes sans alcool

Tab. 1 : Catégorisation des aliments pour le rapport sur les pertes alimentaires dans le commerce de détail et le commerce de gros pour la restauration.

Pour les entreprises du **commerce de gros en amont**, les groupes de produits sont définis au point 2.3.2.

2.3 Exigences minimales

Les exigences minimales suivantes doivent être remplies par toutes les entreprises signataires dès le premier monitoring en 2022.

2.3.1 Commerce de détail et de gros pour la restauration

Les entreprises qui ont enregistré les quantités par article dans le système de gestion des marchandises (poids en kg) indiquent le **taux de perte basé sur le poids** par groupe de marchandises.

Valeur	Calcul	Unité
taux de perte basé sur le poids	Diviser le poids des marchandises dépréciées par le poids total des marchandises achetées, pour le produit ou le groupe de produits en question. - Les boissons peuvent être enregistrées en litres ou en kg - Les aliments liquides (p. ex. huiles, lait) doivent être enregistrés en kg.	kg-%

Les entreprises pour lesquelles les données basées sur le poids sont impossibles pour des raisons techniques peuvent indiquer le **taux de perte basé sur le chiffre d'affaires** par groupe de marchandises.

Valeur	Calcul (2 variantes)	Unité
taux de perte basé sur le chiffre d'affaires	Variante 1 : diviser le prix d'achat (valeur d'approvisionnement) des marchandises dépréciées par le prix d'achat de toutes les marchandises achetées pour le produit ou le groupe de produits en question.	CHF-%
	Variante 2 : diviser le prix de vente des marchandises dépréciées par le prix de vente de toutes les marchandises achetées pour le produit ou le groupe de produits en question.	

- Si les pertes incluent des articles qui ne sont pas des pertes alimentaires, celles-ci doivent être déduites. Il peut s'agir de produits alimentaires valorisés, de ventes à prix réduit, de donations, de différences de stocks, d'utilisation propre dans les filiales, de rappels et de retours aux fournisseurs. Les rappels et les retours ne sont pas déduits s'ils sont éliminés par l'entreprise de commerce.
- Si la répartition en groupe de marchandises des denrées alimentaires à déduire n'est pas connue, on peut supposer, pour simplifier, qu'elles se répartissent entre ces groupes de la même manière que les pertes alimentaires. Cette répartition peut être laissée au service chargé de l'évaluation.
- La livraison des données s'effectue au moyen de données primaires dans un fichier Excel. Le fichier contient le taux de perte réparti par groupe de marchandises, selon les groupes de marchandises définis au chapitre 2 ou selon une catégorisation propre. Dans ce cas, les catégories utilisées doivent pouvoir être attribuées sans équivoque aux groupes de marchandises du chapitre 2 (si la catégorisation de l'entreprise diffère des groupes de marchandises du chapitre 2 pour les produits importants en termes de quantité, les données doivent être fournies à un niveau plus détaillé afin que l'attribution puisse être faite de la manière la plus claire possible). L'attribution et le contrôle de plausibilité sont effectués par le service chargé de l'évaluation en concertation avec les entreprises.

Les taux de perte sont complétés par le **chiffre d'affaires total "denrées alimentaires avec boissons"** ainsi que par le **chiffre d'affaires total "denrées alimentaires sans boissons"** en **CHF** (et non pas par groupe de marchandises), afin de permettre les extrapolations à l'ensemble du marché suisse. Les chiffres d'affaires sont communiqués conformément à la définition du chiffre d'affaires, telle qu'elle est également utilisée pour la statistique des chiffres d'affaires du commerce de détail de l'Office fédéral de la statistique OFS : "*Valeur des ventes de marchandises aux*

ménages privés ainsi que des réparations pour les ménages privés aux prix de vente, TVA incluse, déduction faite des rabais, escomptes et autres réductions de prix". ¹

2.3.2 Commerce de gros en amont

- Les pertes sont mesurées en kg et calculées à partir de la différence entre la quantité achetée et la quantité vendue.
- Une vérification de la plausibilité se fait à l'aide des quantités d'aliments éliminés ou donnés aux animaux ainsi qu'une estimation de la diminution de poids (perte d'eau).
- Afin d'éviter le comptage à double résultant de transactions entre entreprises de commerce, la provenance (production primaire CH, importation (sans indication de pays), commerce) est mentionnée pour l'achat. La destination (commerce de détail, restauration, commerce de gros) est mentionnée pour la vente.
- Les données sont fournies par groupe de marchandises : pommes de terre, fruits et légumes, les fruits et légumes étant encore subdivisés en fruits à pépins, baies, et fruits à noyau, respectivement légumes de garde, légumes de serre, et légumes frais/salades. Au sein de ces groupes de marchandises, on différencie en outre les principaux produits (p. ex. pour les baies : fraises, framboises, mûres, groseilles, myrtilles, autres).
- Les chiffres des pertes ne comprennent que les quantités qui finissent comme déchets (les dons alimentaires et les ventes à prix réduit, par exemple, ne devraient donc pas être inclus dans les chiffres des pertes).
- En outre, la part de marché (en termes de volume) couverte par l'ensemble des entreprises rapporteuses est estimée en pourcentage de l'ensemble du marché des fruits et légumes.
- La livraison des données s'effectue via l'enquête auprès des membres effectuée par Swisscofel. Swisscofel livre les résultats de l'enquête dans un fichier Excel au service chargé de l'évaluation. L'attribution des groupes de marchandises et le contrôle de plausibilité sont effectués par le service chargé de l'évaluation en concertation avec Swisscofel.

2.3.3 Rapport sur les mesures de réduction mises en œuvre

En complément de la quantification des pertes de denrées alimentaires, les entreprises (commerce de détail, commerce de gros pour la restauration, commerce de gros en amont) établissent un rapport annuel sur les mesures de réduction mises en œuvre. Dans la mesure du possible, des données quantitatives sur l'effet de réduction doivent être indiquées.

2.4 Données complémentaires

Afin d'améliorer la qualité des données au fil des ans, les entreprises sont encouragées à identifier d'autres données disponibles et à les intégrer dans le suivi. Au cours des premières années du monitoring, jusqu'en 2025, les entreprises sont invitées à améliorer la qualité de leurs propres données de manière vérifiable. Pour la fin mars 2024, toutes les entreprises doivent disposer au

¹ Par rapport aux données fournies à l'OFS, la catégorie "tabac, articles pour fumeurs" doit être déduite et la catégorie "boissons, y compris boissons alcoolisées" doit être présentée séparément (voir Statistique des chiffres d'affaires du commerce de détail : définitions et nomenclature).

moins d'estimations plausibles pour les filières d'élimination (par exemple sur la base de relevés par échantillonnage).

Données sur les **filières de gestion des pertes alimentaires**:

- Quantifier au mieux les pertes alimentaires, en tonnes de matière fraîche, différenciés **par filière de gestion**:
 - Alimentation des animaux de rente
 - Fermentation dans les installations de biogaz
 - Compostage
 - Incinération dans une usine d'incinération d'ordures ménagères / élimination dans les eaux usées (*si aucune donnée n'est disponible, se baser sur une estimation*)

Le compostage et la fermentation peuvent être regroupés s'ils sont confiés à une même entreprise d'élimination (inclure le nom de l'entreprise d'élimination).

- Distinction aussi détaillée que possible des catégories de denrées alimentaires dans chaque filière de gestion (échantillonnage ou estimation), ou autres informations complémentaires sur les filières d'élimination (p. ex. que seul le pain est utilisé pour l'alimentation animale).
- En général, les quantités éliminées peuvent également contenir d'autres composants, tels que les fleurs coupées, et les quantités éliminées sont souvent pesées uniquement avec les emballages. De tels composants devraient être supprimés des données au moins sur la base d'une estimation.
- Le commerce de gros en amont estime la contribution des filières d'utilisation pour l'alimentation animale et la fermentation, en % des quantités de pertes indiquées.

Les informations sur les filières de valorisation sont déterminantes pour l'établissement du rapport. Si les filières de valorisation sont quantifiées, les valorisations de valeur supérieure sont prises en compte dans les calculs de la charge environnemental (UCE). Si, pour certains composants, il n'est pas possible de quantifier ou d'estimer de manière plausible les filières de valorisation, on supposera que ces composants sont incinérés.

3 Calcul de l'indicateur

L'indicateur des pertes alimentaires dans le commerce suisse est exprimé en **kg de matière fraîche/habitant/an**, à l'instar du *Food Waste Index de l'UE*, utilisé pour le rapport des pays sur l'Objectif de développement durable (ODD) 12.3. La seule différence réside dans le fait que le recensement des pertes alimentaires valorisées dans l'alimentation animale est recommandé dans le Food Waste Index de l'UE et obligatoire dans le rapport suisse - compte tenu de l'important potentiel d'économies. Dans les deux méthodes, la quantification est séparée, de sorte que l'indice peut être exprimé de manière cohérente (avec ou sans alimentation animale) pour les comparaisons transnationales. Cela correspond aux exigences de l'accord interprofessionnel sur la réduction des pertes alimentaires.

L'extrapolation des pertes totales au niveau national se fait à l'aide des chiffres clés et étapes de calcul suivants :

- 1) Taux de perte par groupe de produits des différentes entreprises → relevé par les entreprises à l'aide du présent guide (cf. 2.3.1).
- 2) Calcul d'un taux de perte moyen par groupe de marchandises au moyen d'une pondération basée sur la taille et le type d'entreprise (assortiment complet, discounter) et les parts de marché².
- 3) Multiplication par la quantité consommée en Suisse par groupe de produits → basé sur les données de production et d'importation issues du relevé statistique annuel de l'Union suisse des paysans. Les pertes alimentaires au niveau de l'agriculture, de la transformation et du commerce de gros sont déduites de ce chiffre.

4 Objectifs de réduction dans le commerce de gros et de détail

4.1 Objectifs sectoriels

Le commerce de gros et de détail réduit de moitié la quantité de pertes alimentaires évitables dans son propre secteur d'ici 2030. Par une conception et une priorisation correspondante des mesures, le commerce de gros et de détail vise une réduction maximale de la charge environnementale. Si l'objectif quantitatif n'est pas atteint mais que la charge environnementale (UCE) est réduite de moitié, l'objectif serait également atteint.

La quantité est mesurée à l'aide de l'indicateur "kg de denrées alimentaires perdues par personne et par an", et l'impact environnemental est mesuré en "unités de charge environnementale (UCE) par personne et par an" (voir le chapitre 6 ci-dessous).

Les entreprises poursuivent tous les objectifs ci-dessous (1-6) selon leur type d'entreprise (CD : commerce de détail ; CG : commerce de gros) :

1. **(CD, CG)** Les entreprises s'engagent à maintenir chaque année, à partir de 2024, un échange sur l'évaluation des données et sur les mesures mises en œuvre ou prévues. L'objectif de cet échange est de réduire davantage les pertes alimentaires en partageant les meilleures pratiques. Cet échange a lieu dans le cadre d'une rencontre physique et inclut la ZHAW, outre les entreprises. Les thèmes prioritaires sont les suivants :
 - Expériences dans la mise en œuvre du guide pour la réduction des pertes alimentaires lors de la remise de denrées alimentaires, en particulier les aspects juridiques et la sécurité alimentaire (DDM+). Les contestations des laboratoires cantonaux sont collectées et transmises à l'OSAV.
 - Catégories de denrées alimentaires pour lesquelles la part des pertes alimentaires varie fortement d'une entreprise à l'autre, ou ayant un impact environnemental élevé et un fort potentiel de réduction, sur la base d'analyses détaillées de la ZHAW.
2. **(CD, CG)** Les entreprises informent/forment chaque année leurs collaborateurs et collaboratrices afin de leur permettre de mettre en œuvre des mesures efficaces pour réduire les pertes alimentaires.

² Le calcul suppose que les entreprises participantes forment un échantillon représentatif des types d'entreprises correspondants.

3. **(CD, CG)** Les entreprises continuent à mettre en œuvre les recommandations du « Guide pour la réduction des pertes alimentaires liées au datage des denrées alimentaires ». Le remplacement de la date limite de consommation par la date de durabilité minimale est effectué sur toutes les marques propres sur lesquelles elles ont une influence et sur les produits qu'elles jugent appropriés. En outre, pour les produits de marque, la mise en œuvre chez les fournisseurs est abordée et encouragée, en référence au guide du groupe de travail « Transformation ».
4. **(CD, CG)** Les mesures de réduction des pertes pour les produits d'origine animale - et en particulier la viande - sont priorisées en raison de leur impact environnemental élevé. D'ici 2030, les entreprises réduiront les pertes alimentaires dans la catégorie des viandes à 0,8 % du volume d'achat ou moins³. Sur la base de l'évaluation des données de 2026 (en 2027), la valeur cible sera révisée et, si possible, ramenée à 0,5 % ou moins.
5. **(CD, CG)** Les mesures de réduction dans la catégorie Pain et produits de boulangerie sont prioritaires en raison de leur impact environnemental élevé. Afin de définir des mesures efficaces, une réunion physique Erfa aura lieu en 2026. Sur la base des conclusions de cette réunion, un objectif sectoriel ambitieux sera fixé. Les responsables du category management peuvent être associés à ces travaux.
6. **(CD, CG)** À partir de 2026, les entreprises renforceront la sensibilisation des consommateurs et des consommatrices, par exemple en participant à la « semaine nationale contre la gaspillage alimentaire ».

Dans l'esprit de l'accord intersectoriel, toutes les entreprises contribuent en outre à la réduction de moitié dans les étapes en amont et en aval grâce à une collaboration étroite et à la recherche de solutions avec d'autres acteurs de la chaîne de création de valeur (de la production primaire jusqu'au consommateur final). Cette contribution est à inclure dans le rapport, notamment par la documentation des mesures mises en œuvre pour réduire les pertes alimentaires en amont et en aval de la chaîne de création de valeur.

Ces objectifs peuvent être complétés et concrétisés à tout moment. La révision est un point permanent de l'ordre du jour de la réunion annuelle du groupe de travail en automne.

4.2 Objectifs intersectoriels

Les objectifs ci-dessous ont été élaborés en étroite collaboration avec des entreprises de transformation, des minoteries et le commerce de gros et de détail⁴.

En augmentant la teneur en matières minérales de la farine de céréales, une part plus importante du grain peut être incorporée dans la farine et ainsi être destinée à la consommation humaine. Il en résulte une diminution des coproduits de meunerie, qui étaient jusqu'à présent majoritairement

³ Cela correspond à un renforcement de l'objectif global de réduction de moitié pour toutes les catégories alimentaires. La valeur cible se réfère aux pertes alimentaires moins toutes les mesures de réduction (y compris le transfert vers les restaurants et les dons alimentaires) et est exprimée en pourcentage de la quantité achetée dans la catégorie alimentaire correspondante.

⁴ Entreprises participantes : Aldi, Hiestand, Coop, Lindmühle, Manor, Migros, Pistor, Valora, Volg

valorisés comme aliments pour animaux ou dans des installations de biogaz. Cela contribue à la réduction des pertes alimentaires.

Cette formulation d'objectifs s'applique aux produits de meunerie à base de céréales destinés à la fabrication de pain et de produits de boulangerie, ainsi qu'à la farine de céréales vendue emballée dans le commerce de détail. Les adaptations s'inscrivent dans le cadre des dispositions actuelles de l'ordonnance du Département fédéral de l'intérieur (DFI) sur les denrées alimentaires d'origine végétale, les champignons et le sel comestible (ODAI OV) et sont possibles sans modification législative.

Les entreprises du commerce de détail mettent en œuvre l'objectif 1 et soutiennent la mise en œuvre des objectifs 2, 3 et 4. Les entreprises de l'industrie de transformation mettent en œuvre les objectifs 2, 3 et 4 et soutiennent la mise en œuvre de l'objectif 1. Les entreprises du commerce de gros mettent en œuvre l'objectif 5.

Les entreprises se réunissent en outre une fois par an pour échanger leurs expériences, présenter les résultats des projets pilotes et en discuter. Cet échange d'expériences sert de base à la définition d'objectifs supplémentaires.

Objectif 1 Augmentation de la teneur en minéraux de la « farine en sachet » : les entreprises participantes⁴ examinent, en collaboration avec l'industrie de transformation, pour quels produits il est possible d'augmenter la teneur en minéraux jusqu'à la teneur maximale en cendres autorisée pour la farine blanche, semi-blanche et bise selon l'ODAI OV pour la farine de céréales emballée destinée à la vente aux consommateurs finaux.

Objectif 2 Augmentation de la teneur en minéraux de la farine à pain : les entreprises signataires examinent pour quels produits de la gamme de pains et de pâtisseries il est possible d'augmenter la teneur en minéraux de la farine blanche, semi-blanche et bise utilisée jusqu'à la teneur maximale en cendres autorisée par l'ODAI OV. L'examen tient compte de l'acceptation par les consommateurs et de la faisabilité technique et peut prendre la forme, par exemple, de projets pilotes ou de tests. L'accent est mis sur les produits Leader.

Objectif 3 Augmentation de la proportion de farine complète : les entreprises signataires examinent dans quelle mesure un certain pourcentage de farine complète peut être ajouté aux produits à base de farine blanche, semi-blanche et bise. L'examen tient compte de l'acceptation par les consommateurs et de la faisabilité technique et peut prendre la forme, par exemple, de projets pilotes ou de tests. L'accent est mis sur les produits Leader. La mise en œuvre peut également inclure des mesures de communication visant à souligner la valeur ajoutée pour les consommateurs (réduction du gaspillage alimentaire, santé).

Objectif 4 : responsabilisation des consommateurs : les entreprises signataires examinent dans quelle mesure la proportion de farine complète dans les pains foncés qui n'en contiennent pas ou seulement en faible quantité peut être augmentée. Les entreprises s'engagent ainsi à faire en sorte que la couleur foncée du pain soit un indicateur fiable pour les consommateurs quant à l'utilisation d'une farine foncée. Cela doit permettre aux consommateurs de faire des choix d'achat plus sains et plus durables. Cela signifie notamment que la couleur du pain est déterminée par la farine utilisée et non par des ingrédients colorants tels que le malt torréfié ou les procédés de transformation.

Objectif 5 : diffusion des exemples de bonnes pratiques par le commerce de gros: les entreprises de gros participent à l'échange annuel d'expériences et diffusent les connaissances acquises dans le secteur de la boulangerie-pâtisserie.

4.3 Rapport sur les objectifs

Les entreprises rendent compte des objectifs dans le cadre du rapport annuel de l'accord intersectoriel.

5 Mesures de réduction

La liste des mesures de réduction des pertes alimentaires suivante a été assemblée par le groupe de travail. Les mesures sont classées par catégories :

- Selon le domaine : si nécessaire, une distinction est faite entre l'adéquation de la mesure pour le commerce de gros (CG) et pour le commerce de détail (CD).
- Mesures préventives : prévention pour éviter les pertes alimentaires
- Mesures réactives : valorisation, redistribution ou vente de denrées alimentaires non commercialisables de manière standard. Cela permet d'éviter les pertes alimentaires qui ne peuvent pas ou pas encore être évitées par des mesures préventives.

Des mesures à la fois préventives et réactives sont nécessaires. L'objectif prioritaire est toutefois la prévention, car les mesures réactives sont généralement liées à des dépenses et à une consommation de ressources supplémentaires (p. ex. logistique pour la redistribution).

Lors du choix et de la mise en œuvre des mesures, les entreprises s'orientent selon le potentiel de réduction spécifique à l'entreprise, basé sur la quantité et l'impact environnemental des pertes alimentaires.

Mesure		Domaine d'activité	Préventif	Réactif
Mesures dans l'entreprise / dans la succursale	1) Optimisation des processus, de la logistique et de la chaîne du froid (par exemple, « sales based ordering », gestion optimisée des stocks, surveillance de la température et plan d'évacuation en cas de panne du système de refroidissement, etc.)	CD/CG	X	
	2) Réduire la pression sur les produits frais au point de vente (POS), c'est-à-dire autoriser par exemple une réduction de l'assortiment avant la fermeture du magasin ou pendant les heures creuses.	CD/CG	X	

	3) Congeler les produits afin de prolonger leur durée de conservation (en particulier la viande fraîche, le poisson, le pain, etc.) conformément aux recommandations de la lettre d'information 2021/9.1 de l'OSAV.	CD/CG	X	
	4) Former les collaborateurs aux mesures visant à réduire les pertes alimentaires (dans les achats, dans l'entrepôt et au POS).	CD/CG	X	
	5) Réutilisation interne ou externe des excédents et des produits avant la fin de leur durée de conservation en tant que denrées alimentaires (p. ex. dans les établissements de restauration, transfert vers d'autres succursales ou transformation et conservation)	CD/CG		X
	6a) Vente à prix réduit des produits avant la fin de leur durée de conservation (en particulier le pain, les fruits et légumes, les produits frais prêts à consommer, le poisson et la viande)	CD/CG		X
	6b) Vente à prix réduit des produits avant la fin de du délai de remise de leur DDM+ conformément aux recommandations de la lettre d'information 2021/9.1 de l'OSAV	CD/CG		X
Mesures à l'interface avec la chaîne de valeur en amont ou en aval	7) Assouplissement des contrats avec les fournisseurs concernant les quantités et les délais de livraison	CD/CG	X	
	8) Mettre en place et développer la planification des cultures entre le commerce et les producteurs	CD/CG	X	
	9) Adapter l'offre à la disponibilité (p. ex. promotions saisonnières, positionnement plus visible, « il y en a tant qu'il y en a en stock »)	CD/CG	X	
	10) Assouplissement des normes de qualité pour les fruits et légumes	CD/CG	X	

	11) Adaptations saisonnières ponctuelles des normes en fonction de la situation des récoltes	CD/CG	X	
	12) Augmenter le degré d'extraction (teneur en cendres/teneur en matières minérales) de la farine utilisée dans toute la gamme de pains et de produits de boulangerie (jusqu'aux valeurs limites actuellement en vigueur de l'ODAI OV; le cas échéant, augmenter les valeurs limites de l'ODAI OV et/ou augmenter la proportion de farine complète.	CD/CG	X	
	13) Innovations en matière d'emballage pour prolonger la durée de conservation (p. ex. enrobage des avocats ou des agrumes d'une couche protectrice à base de plantes)	CD/CG	X	
	14) Participation active et soutien aux plateformes sectorielles visant à réduire les pertes alimentaires (p. ex. dans les associations professionnelles ou les organisations spécifiques)	CD/CG	X	
	15) Créer/utiliser des marchés pour les produits excédentaires	CD/CG		X
Mesures à l'égard des consommateurs finaux	16) Sensibilisation des consommateurs <u>au point de vente</u> (p. ex. sur la durée de conservation et le stockage, communication d'accompagnement sur les groupes de produits dont la disponibilité permanente n'est pas compatible avec les objectifs de réduction du gaspillage alimentaire et n'est pas garantie, etc.)	CD	X	
	17) Sensibilisation des consommateurs <u>via les propres canaux de communication et à l'aide d'outils de</u>	CD/CG	X	

	marketing/fidélisation de la clientèle (p. ex. importance des dates de péremption, impact des exigences esthétiques pour les fruits et légumes, conservation, possibilités de congélation, etc.)			
	18) Ne pas vendre les denrées périssables dans des emballages multiples et à prix promotionnel.	CD	X	
	19) Renforcer le marketing pour les produits dérivés peu demandés (p. ex. boissons à base de lactosérum, viande de poules pondeuses) ou pour les produits présentant moins de pertes en amont (p. ex. farine complète au lieu de farine blanche).	CD/CG	X	
	20) Optimiser la taille des emballages et des portions et envisager la vente en vrac pour les produits qui s'y prêtent.	CD	X	
	20 a) Conception et introduction progressive d'une mention propre à l'entreprise « Convient à la congélation » sur les produits appropriés avec date limite de consommation. La mise en œuvre se fait conformément à l'aide élaborée conjointement	CD/CG	X	
Distribution de denrées alimentaires	21) Donner les excédents à des organisations caritatives (p. ex. Schweizer Tafel, Tischlein deck dich), à des réseaux de distribution (p. ex. Foodsharing) ou à des établissements gastronomiques	CD/CG		X
	22) Soutien financier durable et à long terme pour le développement et l'amélioration de l' infrastructure de collecte et de distribution des organisations caritatives , en tenant compte du modèle de contrat élaboré conjointement.	CD/CG	X	

	23) Exploitation maximale du délai de remise de la DDM+ pour la remise à des organisations caritatives conformément aux recommandations de la lettre d'information 2021/9.1 de l'OSAV	CD/CG	X	
	24) Soutenir les projets de petite et moyenne envergure (tels que Madame Frigo) ou lancer ses propres formats sur la base de ces bonnes pratiques (particulièrement adaptées aux petits détaillants)	CD		X

6 Rapports

6.1 Instruments et délais

Toutes les entreprises enregistrent les pertes dans leur propre système informatique dans le but d'atteindre le niveau de détail indiqué au chapitre 2 ou de l'améliorer au fil du temps.

Les données peuvent être transmises par e-mail dans un fichier Excel (protégé par un mot de passe).

La livraison des données et l'établissement des rapports ont lieu chaque année. Pour les rapports sur les années 2024 et 2030, les données sont transmises au plus tard fin mars 2025 ou 2031. Pour les autres années, les rapports sont également transmis si possible avant fin mars, mais au plus tard avant fin mai. Les données se rapportent toujours à une année civile entière.

6.2 Transmission des données, traitement des données et protection des données

Données requises (exigences minimales)

Le rapport annuel des entreprises à l'OFEV comprend au minimum les données énumérées dans le chapitre 2.3 "Exigences minimales".

Leur évaluation se fait en collaboration entre l'OFEV et un institut de recherche.

Données complémentaires

Les données complémentaires ne font pas partie du rapport obligatoire. Elles peuvent être transmises volontairement à des fins de précision et d'amélioration de la qualité des données. Pour ces informations, l'OFEV peut garantir la confidentialité à la demande de l'entreprise qui les transmet.

Traitement des données

- Principe : les données des entreprises sont traitées de manière confidentielle par toutes les personnes impliquées dans l'analyse. De plus, tous les employés de l'administration publique sont soumis au secret de fonction.

- L'équipe des personnes responsables de l'OFEV qui traite les données se compose comme suit : Responsable de la section Consommation et produits, responsable du projet Pertes alimentaires, collaborateur du projet Pertes alimentaires.
- Le but du traitement des données est ici d'établir des évaluations anonymes et agrégées. Ces évaluations constituent une base pour les rapports de la Confédération.

Protection des données

L'OFEV prend les mesures préventives techniques et organisationnelles nécessaires pour protéger les données et empêcher les abus. La loi sur la protection des données, la loi sur l'organisation du gouvernement et de l'administration et la loi sur la transparence sont notamment déterminantes pour le traitement correct des données.

La protection des données sensibles des personnes morales, notamment les secrets d'affaires et de fabrication, est préservée.

Si l'OFEV est contraint de fournir des informations, les données doivent être anonymisées et rendues méconnaissables dans le cadre des obligations et possibilités légales.

6.3 Communication et publication

Communication externe : la communication publique, y compris dans les rapports au Conseil fédéral 2025 et 2031, comprend des informations sur les quantités de pertes alimentaires ainsi que sur les mesures de prévention mises en œuvre et prévues. En outre, la réduction de l'impact environnemental obtenue est calculée par le service chargé de l'évaluation et communiquée dans le cadre de ces rapports. Seuls des résultats agrégés issus de données de plusieurs entreprises et, le cas échéant, des extrapolations au niveau national sont présentés dans le cadre de la communication externe. Les éventuelles données spécifiques aux entreprises ou les données confidentielles de certaines entreprises ne sont pas communiquées, à moins que les entreprises concernées ne le souhaitent ou ne donnent leur accord.

Communication interne (au sein du groupe de travail) : Les résultats des évaluations intermédiaires annuelles sont communiqués au sein du groupe de travail sous une forme anonyme, selon le souhait des membres du groupe de travail.