

# Pacte sur les Dates de Consommation

Réduire le gaspillage alimentaire en  
améliorant la compréhension des dates



Initié et animé par Too Good To Go

# INTRODUCTION

Dans un contexte d'urgence climatique qui appelle le changement, l'alimentation est un sujet incontournable, qui concerne chacun d'entre nous, sans exception. Au carrefour des enjeux d'énergie, d'agriculture, de biodiversité, de transport et de santé, l'alimentation est au cœur des problématiques environnementales et sociales d'aujourd'hui. En France, 19 % des émissions de gaz à effet de serre sont dues au secteur alimentaire<sup>1</sup>. Le gaspillage alimentaire en est la partie visible : il se chiffre à 20 tonnes par minute, et pèse à lui seul plus de 16 milliards d'euros sur notre économie<sup>2</sup>. Au niveau mondial, si le gaspillage alimentaire était un pays, il serait le 3e plus gros émetteur de gaz à effet de serre après la Chine et les États-Unis.

Réduire le gaspillage alimentaire et redonner du sens à notre alimentation est crucial. Bien que la France soit à l'avant-garde des politiques de lutte contre le gaspillage alimentaire<sup>3</sup>, notre système alimentaire doit aujourd'hui répondre à un nouveau défi : celui de la pédagogie et de la durabilité.

Ce n'est qu'en rassemblant l'ensemble des acteurs du système alimentaire que nous pouvons améliorer son fonctionnement. Ce Pacte sur les Dates de Consommation est une preuve de plus que tous les acteurs ont un intérêt commun : celui d'agir pour la préservation de nos écosystèmes. Too Good To Go, acteur majeur de la lutte contre le gaspillage alimentaire, a pris le rôle de fédérateur sur le sujet des dates de consommation pour mener à bien cette action commune.

Grâce au soutien de nombreux distributeurs, industriels, institutionnels et associations, les paroles ont pu se concrétiser en actes. C'est aujourd'hui grâce à une coalition forte d'acteurs d'horizon divers que nous engageons ces actions, pour faire des bonnes pratiques la norme, et œuvrer pour un objectif commun.

Notre ambition à travers ce Pacte est de créer de la collaboration et du lien, entre les acteurs de la chaîne alimentaire, et avec les consommateurs. Notre ambition est de lutter contre le gaspillage alimentaire causé par les dates à travers la pédagogie et la sensibilisation. Notre ambition est de contribuer activement à poursuivre l'objectif gouvernemental de diviser par deux le gaspillage alimentaire en 2025.

---

<sup>1</sup> Haut Conseil pour le Climat, "Agir en conséquence avec les ambitions", Rapport annuel neutralité carbone, 2019

<sup>2</sup> ADEME, "Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire", 2016

<sup>3</sup> The Economist Intelligence Unit, The Barilla Centre for Food & Nutrition Foundation, "Index de durabilité des systèmes alimentaires", 2018

# CONTEXTE

Les dates de consommation apparaissent progressivement en France alors que le pays retrouve son autosuffisance alimentaire dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Ce sont pour des raisons sanitaires et d'hygiène évidentes que l'État impose ces dates en lien avec les services vétérinaires.

Les dates de consommation répondent à deux objectifs, historiquement issus du code de la consommation de 1905 pour garantir des produits sûrs, sains et loyaux :

- Assurer la **sécurité sanitaire** des aliments
- Assurer la **qualité organoleptique, physique et nutritionnelle des aliments** : principe de loyauté et image de marque

Aujourd'hui obligatoires et encadrées par le droit européen, elles entraînent du gaspillage alimentaire à toutes les étapes de la chaîne et ne sont pas toujours comprises du consommateur. Communément appelées dates de péremption, elles renvoient à l'aspect périssable des produits alimentaires. Nous choisissons ici de les nommer dates de consommation, puisque toutes les dates ne signifient pas qu'un produit est périssable.

Selon la Commission Européenne<sup>4</sup>, les dates de consommation sont responsables de 20% du gaspillage alimentaire dans les foyers (eux-mêmes responsables de 33% du gaspillage alimentaire en France<sup>5</sup>), de 5% au niveau de la production et sont la plus grosse source de gaspillage dans la grande distribution.

Globalement, les dates de consommation représentent 10% des 88 millions de tonnes de gaspillage alimentaire en Europe, soit une valeur comprise en 3 et 6 milliards d'euros tout au long de la chaîne alimentaire<sup>6</sup>.

Les dates de consommation doivent gagner en lisibilité pour ne plus être source de gaspillage alimentaire. Ce Pacte est le fruit des réflexions pour répondre à cette problématique et prendre des engagements communs pour allier sécurité sanitaire, transparence, pédagogie et durabilité.

---

<sup>4</sup> European Commission, "Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention", 2018

<sup>5</sup> ADEME, "Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire", 2016

<sup>6</sup> WRAP, "Reducing foodwaste by extending product life", 2015

# GLOSSAIRE

**DLC-Date Limite de Consommation** : “à consommer jusqu’au”, date sanitaire après laquelle le produit peut présenter des risques pour la santé. On retrouve cette date sur les produits hautement périssables.

**DDM-Date de Durabilité Minimale** : ex-DLUO, “à consommer de préférence avant le/fin”, date indicative après laquelle le produit perd des propriétés organoleptiques, peut changer de texture et de couleur, mais ne présente pas de risques pour la santé. On retrouve cette date sur les produits secs et peu périssables.

**Dates de consommation** : formule qui englobe dans ce document les deux types de date, DLC et DDM

# MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL

Les dates de consommation concernent tous les acteurs de la chaîne alimentaire, des producteurs aux consommateurs. Elles nécessitent une réflexion commune et des actions communes pour être comprises par tous. Afin de faire naître cette réflexion, distributeurs, industriels, fédérations, associations de consommateurs, associations environnementales, acteurs de la lutte contre le gaspillage alimentaire se sont réunis pour établir une liste d'engagements à prendre. Ce travail vise à réduire le gaspillage alimentaire qui découle de la gestion, de la compréhension et de l'interprétation des dates.

Le Pacte est fondé sur 3 piliers fondamentaux afin d'assurer un impact positif sur la réduction du gaspillage alimentaire.

## Concret

Le Pacte se construit sur des actions précises et tangibles : il faut inclure les consommateurs et cibler les produits les plus gaspillés

## Mesurable

Chaque action doit être associée à une mesure d'impact dans le temps pour évaluer la pertinence. Cela implique un suivi éventuel en termes de ressources humaines et financières

## Répliquable

Le processus pour ce pacte est d'identifier des bonnes pratiques et des pilotes : tester l'efficacité des solutions proposées et en faire des recommandations pour les déployer à plus grande échelle (française et européenne)

Le Pacte se partage en quatre grandes thématiques, qui forment le socle des engagements, afin d'assurer une approche systémique dans la réduction du gaspillage alimentaire causé par les dates de consommation.

**Éduquer et sensibiliser, en interne et en externe**

**Clarifier la différence entre DLC et DDM auprès des consommateurs**

**Optimiser la valorisation des produits exclus des circuits de vente**

**Collaborer pour harmoniser les bonnes pratiques et optimiser les flux de distribution**

Pendant six mois, les membres du Comité de Pilotage se sont réunis lors de cinq sessions de travail : ils ont mis leurs expériences et leurs enjeux en commun pour faire émerger les bonnes pratiques, poser les problématiques et co-construire les engagements.

Les membres du Comité de Pilotage représentent des secteurs d'activités divers et complémentaires :

- Des distributeurs : Carrefour, Cora, E.Leclerc, Intermarché, Monoprix
- Des industriels : Bel, Danone, Les 2 Vaches, Michel et Augustin
- Des fédérations : l'ANIA, la FCD
- Des associations : Familles Rurales, France Nature Environnement
- Des entreprises qui luttent contre le gaspillage alimentaire : CB+, Comerso
- Un expert indépendant des filières agricoles et agroalimentaires : Jean-Charles Catteau

Des contributeurs externes ont aussi participé à certaines discussions et à la relecture des engagements pour commentaires et avis :

- La coopération agricole : syndicat des entreprises et coopératives agricoles et agroalimentaires françaises
- Culture Viande : syndicat des entreprises françaises des viandes
- Régal Normandie : Réseau pour Éviter le Gaspillage Alimentaire en Normandie
- SOLAAL : association organisant le don des filières agricoles
- Système U : coopérative de commerçants de grande distribution

# ENGAGEMENTS

## Éduquer et sensibiliser, en interne et en externe

La lutte contre le gaspillage alimentaire repose en grande partie sur l'éducation et la sensibilisation de l'ensemble des publics : depuis l'amont – producteurs et collaborateurs des entreprises agroalimentaires, jusqu'à l'aval - consommateurs des produits finis. La lutte contre le gaspillage alimentaire doit devenir une ambition partagée pour assurer sa diminution à chaque étape de la chaîne alimentaire. L'objectif de cette sensibilisation est notamment de faire comprendre à tous qu'un produit à DDM dépassée peut être vendu et/ou donné et consommé.

- **Engagement 1 : Déployer de façon pérenne une communication nationale sur les DLC/DDM**

Affiner la compréhension des dates afin d'améliorer le comportement des consommateurs vis-à-vis des DLC/DDM via une campagne relayée sur tous les canaux pertinents (par exemple : sites institutionnels, réseaux sociaux, points de vente, emballages...).

- **Engagement 2 : Intégrer la lutte contre le gaspillage alimentaire à la mission de toutes les équipes**

Faire de la lutte contre le gaspillage alimentaire une vision et une ambition partagées par tous : faire un état des lieux de l'existant, comprendre les leviers qui fonctionnent afin de répliquer les bonnes pratiques, sensibiliser au mieux les collaborateurs et intégrer la lutte contre le gaspillage alimentaire dans les missions et les objectifs de toutes les équipes.

- **Engagement 3 : Tester en magasin la mise en place de rayons anti-gaspi**

Valoriser des produits proches de la DDM, à DDM dépassée ou tout autre produit pouvant contribuer à la lutte contre le gaspillage alimentaire dans l'offre et le parcours client pour sensibiliser les consommateurs et responsabiliser les employés à travers la pédagogie. Et ce, dans une logique de collaboration entre enseignes, industriels et autorités locales.

## Clarifier la différence entre DLC et DDM auprès des consommateurs

Aujourd'hui, la moitié des consommateurs ne fait pas la différence entre "à consommer jusqu'au"(DLC) et "à consommer de préférence avant" (DDM)<sup>7</sup>. 10% d'entre eux jettent leurs produits une fois la DDM dépassée<sup>8</sup>. Expliciter la différence entre les deux types de dates permettra une meilleure compréhension pour le consommateur et induira un comportement plus adapté.

- **Engagement 4 : Accentuer la différenciation visuelle entre DLC et DDM**

Dès que l'espace le permet : ajouter une identification visuelle à côté de la date pour permettre une différenciation immédiate entre DLC et DDM. Travailler à une formulation complémentaire plus explicite

---

<sup>7</sup> WRAP, "Consumer insight : date labels and storage guidance", 2011

<sup>8</sup> WRAP, "Consumer insight : date labels and storage guidance", 2011

de la DDM, qui sera identique et utilisée par tous. Accompagnée, sous réserve de l'espace suffisant, d'un appel aux sens (par exemple : "observez, sentez, goûtez avant de jeter").

- **Engagement 5 : Assurer un accès dématérialisé aux explications relatives aux dates**

Permettre aux consommateurs d'accéder à une information dématérialisée sur les dates (distinction DLC/DDM, méthode de conservation, bonnes pratiques d'usage...)

## Optimiser la valorisation des produits exclus des circuits de vente

Il est nécessaire d'assurer la valorisation et la transformation des produits arrivant à date et des produits à DDM dépassée. Pour ce faire, il faut connaître les acteurs de son territoire et optimiser le suivi des stocks tout au long de la chaîne d'approvisionnement afin d'éviter le gaspillage alimentaire engendré.

- **Engagement 6 : Contribuer à une cartographie commune des parties prenantes anti-gaspi pour optimiser la valorisation des produits à toutes les échelles du territoire**

Renforcer la mutualisation de l'information et la mise en relation des parties prenantes : missionner un acteur tiers pour construire une cartographie commune, utilisable par tous et en *open data*, afin d'optimiser la valorisation quelle que soit l'échelle (nationale, locale).

- **Engagement 7 : Mener des réflexions sur l'intégration des dates de consommation dans les outils de codification, notamment avec l'organisme de standardisation GS1**

Réfléchir à l'incidence d'intégrer la date de consommation dans les outils de codification dans le but d'aider à la traçabilité au lot et de lutter contre le gaspillage alimentaire

## Collaborer pour harmoniser les bonnes pratiques et optimiser les flux de distribution

L'objectif est de travailler ensemble à une meilleure compréhension de l'incidence de la logistique et du manque d'harmonisation des dates sur le gaspillage alimentaire, afin de viser l'ambition commune de le réduire. Il faut faire des dates une opportunité de collaboration et non plus une contrainte, en misant sur la clarification et l'harmonisation.

- **Engagement 8 : Mettre en place un groupe de travail regroupant les fonctions pertinentes entre distributeurs et industriels pour diminuer le gaspillage alimentaire lié à la logistique**

Mettre en commun l'expertise afin d'identifier les bonnes pratiques visant à diminuer le gaspillage alimentaire lié à des questions de logistique (création d'un guide de bonnes pratiques, identification et mise en place de pilotes pour optimiser les flux, comprendre l'incidence de la gestion des DDM longues sur le gaspillage alimentaire...)

- **Engagement 9 : Assurer la cohérence dans la date de consommation d'une même référence produit**

Pour une même référence fabriquée dans une même usine mais vendue à des clients ou marques différentes, la durée de vie doit être harmonisée sur le mieux disant, sauf cas justifié (par exemple : impacts



sanitaires liés à la logistique, appréciations culturelles...)

- **Engagement 10 : Substituer des DLC par des DDM quand cela est possible**

Poursuivre et compléter l'autodiagnostic des entreprises sur la substitution d'une DLC par une DDM (et le retrait de la DDM sur les produits concernés), en intégrant les préconisations scientifiques émises par l'EFSA et toute autre autorité compétente

# RÔLES DES ACTEURS

**Les entreprises** s'engagent à :

- Mettre en place l'ensemble des engagements du Pacte sur les Dates de Consommation, en fonction de leur secteur d'activité et de leur structure
- Mesurer l'impact sur la réduction du gaspillage alimentaire
- Travailler en concertation dans le but commun de réduire le gaspillage alimentaire causé par les dates de consommation
- Endosser le rôle de pédagogue envers les consommateurs et les collaborateurs en les sensibilisant au sujet des dates de consommation

*Nota Bene important :*

*Les engagements pris par ces acteurs sont des objectifs à atteindre : les modalités d'application et le périmètre devront être définis avec chacun pour qu'ils s'ajustent à leur structure.*

**Les fédérations, coopératives et associations** s'engagent à :

- Soutenir le Pacte et le relayer auprès de leurs adhérents
- Participer aux efforts de sensibilisation et d'éducation sur les dates de consommation
- Conseiller les signataires pour la mise en oeuvre des engagements grâce à leur expertise

Les signataires confient à **Too Good To Go** l'animation et le suivi du Pacte, ses missions consistent à :

- Accompagner les entreprises à la mise en oeuvre des engagements
- Rendre publics le Pacte, les engagements et leur état d'avancement
- Répliquer les bonnes pratiques auprès des autres acteurs de la chaîne alimentaire et intégrer les nouveaux signataires

**L'Etat** a bien identifié le défi à relever en matière de date limite de consommation dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Il soutient le Pacte qui participe à la mise en œuvre de la feuille de route pour une économie circulaire et contribue à la réalisation des objectifs de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire récemment votée qui prévoit de « Réduire le gaspillage alimentaire, d'ici 2025, de 50 % par rapport à son niveau de 2015 dans les domaines de la distribution alimentaire et de la restauration collective et, d'ici 2030, de 50 % par rapport à son niveau de 2015 dans les domaines de la consommation, de la production, de la transformation et de la restauration commerciale »