

Les fruits moches ont enfin leur place en rayon

Paris, 27 mai 2014 (AFP) - Ils sont tarabiscotés et alors ? Monoprix va vendre des fruits et légumes disgracieux dans 17 de ses magasins, après Auchan et Intermarché qui ont déjà commencé à faire des ventes test.

Après la cueillette, les fruits et légumes sont triés par des machines très sophistiquées, certaines à tri optique, qui les auscultent sous toutes les coutures : calibre, forme, taches sur la peau ; ceux qui ne rentrent pas dans les calibres sont soit jetés, soit rétrogradés pour l'industrie agroalimentaire.

Pour lutter contre ce gaspillage, de nombreux maraîchers, soucieux également de mieux valoriser leur production, ont souhaité réinjecter ces fruits et légumes disgracieux dans le circuit classique. Ainsi est né le collectif des Gueules cassées et le label "Quoi ma gueule ?". Sur leur site, ils rappellent que la production agricole représente plus de 30 % du gaspillage.

Monoprix a donc décidé de mettre en vente des fruits mal calibrés sous ce label. Ils seront vendus 30 % moins cher dans 17 magasins. Auchan a aussi décidé de faire le test dans un de ses magasins à Velizy (Yvelines).

Le groupement indépendant de grande distribution Intermarché a lui aussi commencé à expérimenter ce type de rayon à Provins (Seine-et-Marne). Quelque « 1.200 kilos ont été écoulés en deux jours », raconte une porte-parole des Mousquetaires. Du coup, « à court terme », dix autres points de ventes vont s'y mettre en région parisienne et une opération de sensibilisation sera menée dans tous les magasins de l'enseigne à l'automne prochain, à l'occasion de la 2e journée nationale de la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Un Français jette en moyenne 20 kg de nourriture par an, dont 7 kg de produits encore sous emballage. Une dépense inutile de 400 euros par an et par ménage.

Le gouvernement a lancé il y a un an un plan « anti-gaspi » destiné à réduire de moitié le gaspillage d'ici 2025. L'idée est de mobiliser le plus grand nombre d'industriels, de distributeurs et d'acteurs associatifs pour agir et sensibiliser (mise en place des filières de récupération des invendus, adapter la taille des portions en visant les petits formats, etc.).