

Communiqué de Presse, 14 mars 2022

En mars, La Vie Claire et Phenix célèbrent trois ans de partenariat anti-gaspi

Depuis 3 ans, le groupe de distribution et la start-up française optimisent le don des invendus alimentaires et non alimentaires aux associations caritatives, et proposent au consommateur des paniers surprises anti-gaspi à prix réduits.

2,4 millions de repas ont trouvé une seconde vie

Ce partenariat, commencé en mars 2019, a permis d'éviter la poubelle à près de 2,5 millions de repas¹, grâce à **deux outils** :

- **Phenix connect** : cet outil tech optimise la gestion du don aux associations. Il est utilisé pour effectuer des dons depuis l'entrepôt logistique de La Vie Claire, basé à Montagny, pour digitaliser le parcours de don : contrôle des dates et des typologies de produits, traçabilité et gestion des rappels produits, documents administratifs, etc. En complément, un chargé de projet Phenix organise les plannings des collectes et assure la formation des équipes aux règles de don pour en améliorer la qualité. Plusieurs associations locales bénéficient de ces dons : Oasis d'Amour, Le pain de Sarepta, AVEC, EO Cavaillon, les Restos du Cœur ou encore la Banque Alimentaire.
- **L'application mobile Phenix** : une partie des invendus sont proposés aux consommateurs à prix cassés. Chaque jour, le magasin compose des paniers surprises avec les invendus du jour, pour les produits qui ne peuvent être donnés aux associations pour des raisons légales ou logistiques. Côté consommateur, il suffit de télécharger gratuitement l'application Phenix sur son smartphone pour profiter de ces paniers surprise, vendus à -50%. Cette opération permet aux consommateurs de regagner du pouvoir d'achat en consommant du bio à prix mini, mais aussi de découvrir de nouveaux produits qu'ils n'ont parfois jamais goûté. Au total, cette opération permet un gain de pouvoir d'achat cumulé de 270 000 euros par an pour les consommateurs.

Un projet d'entreprise fédérateur de sens

La Vie Claire se positionne comme un acteur impliqué dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et fait preuve de responsabilité en proposant également à ses clients une solution pratique et concrète qui lui permet de contribuer à cet engagement anti-gaspi tout en réalisant des économies. Des pratiques qui font écho aux valeurs que portent les vendeurs en magasins comme en témoigne Christophe :

Christophe à Maisons Laffitte:

“ Je mets essentiellement des paniers de fruits et légumes, ça réduit beaucoup le gaspillage ! Nos actions sont en cohérence avec nos valeurs et nos clients apprécient.

¹ Équivalent repas basé sur la mesure suivante : 500 grammes = 1 repas ou 1 kg = 2 repas. Il s'agit du ratio communément utilisé pour transformer des dons en équivalent repas, notamment par l'Ademe et plusieurs associations (Banques Alimentaires, Secours Populaire, etc.).

Sources : <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://presse.ademe.fr/wp-content/uploads/2016/11/DP-ADEME-Distributeurs-Temoins-GA.pdf&ved=2ahUKEwiNqC7Zgof2AhUPExoKHeVwDu4QFnoECC4QAQ&usg=AOvVaw2m2KCTbr9bTbli8XdBIFrl>
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=i&url=https://presse.ademe.fr/wp-content/uploads/2016/02/CPinvendusalimentairesurdeuxterritoiresAMORCEADEME-29.pdf&ved=2ahUKEwiCgZeJg4f2AhWlzoUKHRP9Dm0QFnoECAUQAQ&usg=AOvVaw0jtdL6jcThyzJTJ9Qf73B9>
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=i&url=https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/fiche_ba34_vf_cle817e74.pdf&ved=2ahUKEwi0i_anhlf2AhWE3YUKHe7yBZsQFnoECAsQAQ&usg=AOvVaw3tWxggAYYXv-Tq_0fjnSXT

En soutenant ces initiatives anti-gaspi dans ses magasins mais aussi de la part de ses clients, ainsi que le don aux associations, La Vie Claire renforce sa volonté de se positionner comme un acteur engagé et solidaire sur son territoire.

Un défi majeur pour l'environnement et un label national en 2022

Selon la FAO, **un tiers de la production alimentaire mondiale est jetée**². En France, ce gaspillage pèse pour 3% du bilan carbone, soit plus que l'aviation (2%). Dans le même temps, 8 millions de Français font face à l'insécurité alimentaire³.

Le gouvernement s'est fixé un **objectif de 50% de réduction du gaspillage alimentaire à l'horizon 2025**⁴ et travaille actuellement sur un label national anti-gaspillage alimentaire pour les supermarchés, qui sera opérationnel dès 2022 pour récompenser les bons élèves⁵.

Verbatims :

“Grâce à La Vie Claire nous mettons à disposition des bénéficiaires des produits bio à un prix accessible, une participation symbolique. Je dirais que c'est leur mettre le sourire dans le cœur quand ils peuvent avoir dans leur chariot quelque chose auquel ils n'ont jamais pu avoir accès avant. On parle de participation parce que notre vision c'est de maintenir la personne dans sa dignité. Pour chaque aliment acheté, elle va donner 0,50 € ou 1 €... Même si nous faisons tous les jours des paniers d'urgence gratuits. En ce moment, on a une augmentation exponentielle des demandes de bénéficiaires pour avoir accès à l'association et il faut aussi que la quantité de dons suive derrière.” - Anne-Marie VINCENT-GIROD, Présidente et fondatrice de l'association Oasis d'Amour.

« Grâce à l'implication et l'engagement des équipes logistiques, nous sommes fiers d'avoir réduit drastiquement le gaspillage alimentaire. Optimiser notre gestion des dates courtes pour permettre chaque semaine de faire don de nos produits encore consommables à ceux qui sont dans le besoin était notre priorité. Nos équipes logistiques s'investissent chaque jour dans cette gestion anti-gaspi, qui nous permet de faire des dons de nos produits frais, d'épicerie, d'hygiène et d'entretien aux associations qui luttent contre la précarité alimentaire. En plus de soutenir ces associations engagées dans la lutte contre la précarité alimentaire, nous limitons l'impact environnemental lié au traitement de nos déchets. » - Hélène Dechamps, Responsable de la RSE, La Vie Claire.

« Nous avons trouvé, avec La Vie Claire, un partenaire qui partage les mêmes valeurs que Phenix, celles d'un anti-gaspi social et solidaire. En faisant don des invendus depuis leur entrepôt logistique, La Vie Claire participe à aider les 7 millions de Français qui ont besoin de l'aide alimentaire, avec des produits bio et de qualité, qui répondent à une forte demande des associations. Parallèlement, les petits volumes sont proposés au consommateur sur l'appli Phenix, permettant un regain de pouvoir d'achat qui s'ancre particulièrement dans les préoccupations actuelles du consommateur. » - Jean Moreau, Fondateur de Phenix

² Selon la FAO, près d'un tiers des aliments produits dans le monde pour la consommation humaine (soit quelque 1,3 milliard de tonnes chaque année) est perdu ou gaspillé ; il apparaît aujourd'hui essentiel de réduire ce chiffre pour améliorer la sécurité alimentaire et limiter l'empreinte écologique des systèmes alimentaires.

³ Selon les derniers chiffres disponibles fournis par la DGCS, 5,5 millions de personnes bénéficiaient de l'aide alimentaire en 2017, soit plus du double qu'en 2009, qui comptait 2,6 millions de bénéficiaires. Outre les bénéficiaires de l'aide alimentaire, ce sont 8 millions de personnes qui sont en situation d'insécurité alimentaire pour raisons financières en France.

⁴ Signé en 2013 entre l'État et les représentants des acteurs de la chaîne alimentaire, le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire comporte 11 mesures et fixe notamment l'objectif national de réduction du gaspillage alimentaire à 50 % à l'horizon 2025, soit une diminution moyenne annuelle de 5 % par an entre 2013 et 2025.

⁵ Un décret adopté le 24 décembre 2020 vise à encadrer le dispositif général du label « anti-gaspillage alimentaire » mis en place par la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC).



A propos de Phenix

Phenix, start up française à impact, leader de l'anti-gaspillage en Europe, développe **des solutions tech et humaines** pour que les invendus alimentaires et non-alimentaires profitent à tous.

Depuis 2014, elle connecte et digitalise le don alimentaire via une plateforme entre des professionnels (supermarchés, industriels et producteurs) et près de **1600 associations caritatives**. C'est plus de **125 000 repas** qui sont sauvés chaque jour.

Lancée en 2019, l'application mobile Phenix a déjà convaincu plus de **3 millions** de citoyens d'agir concrètement en achetant à prix réduit les invendus de **15 000 commerces** (supermarchés, primeurs, magasins bio, boulangeries, épicerie fines, traiteurs, fromagers, bouchers...). Déjà disponible en métropole ainsi que sur l'île de La Réunion, l'appli se déploie en Guadeloupe et en Europe, notamment en Italie et en Belgique. Phenix est certifiée ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) et B-Corp.

Plus d'informations : wearephenix.com



A propos de La Vie Claire

La Vie Claire, pionnière de la distribution de produits biologiques en France, est aujourd'hui un acteur majeur des enseignes bio sur le marché spécialisé et l'enseigne n°1 de la franchise bio.

Forte de plus de 70 ans d'expérience et de savoir-faire, elle propose une offre riche de 6 000 références en moyenne en magasin dont plus de 2 000 références à sa marque propre. Avec un réseau de plus de 380 points de vente, La Vie Claire s'engage à garantir des produits biologiques et naturels de qualité irréprochable.

Tous sont développés, analysés et sélectionnés selon des cahiers des charges uniques et plus exigeants que la réglementation en vigueur. La Vie Claire a également à cœur d'agir afin de développer les filières bio : elle apporte à ses fournisseurs un soutien fort pour les aider à démarrer et pérenniser leur activité. La Vie Claire bénéficie du label Bioentreprisedurable® qui reflète ses engagements forts en termes de stratégie RSE.

Plus d'informations : www.lavieclaire.com

CONTACTS PRESSE

Pour Phenix : Agence Le soleil se lève

Eugénie Delassus - 06 81 41 05 36 / Arnaud de Galard - 06 88 79 69 98

Tél : 01 77 15 83 02 presse@lesoleilseleve.fr

Pour La Vie Claire : Vivactis Public Relations

Diane Galland – 06 15 89 48 44 / Houney Touré Valogne – 06 10 80 72 96

d.galland@vivactis.fr / h.toure-valogne@vivactis.fr