

## Conso malin

On emporte les restes !

Contre le gaspillage alimentaire, voici l'astuce de trois étudiants lyonnais, Nicolas Duval, Ludivine Vajou et Victor Marostegan, créateurs de la start-up TakeAway : pouvoir emporter les restes à la fin d'un repas au restaurant grâce au « Bag TakeAway » (pour la boisson) et à la « Box Takeaway » (pour la nourriture). Ce concept, plus couramment appelé « doggy bag », cartonne déjà aux États-Unis, en Australie et en Angleterre. Aux yeux des trois entrepreneurs, l'appellation paraissait péjorative, ils ont donc décidé de donner un coup de neuf au concept. « Nous préférons créer un objet plus qualitatif qu'un sac. En France, le plus gros frein est culturel, les Français sont réticents à l'idée de ramener des restes chez eux, ils n'osent pas. »

Pourtant, depuis le pacte antigaspillage signé en juin 2013 par l'État et tous les acteurs de la filière alimentaire, l'idée de « ramener les restes » fait son chemin, doucement mais sûrement !



# CONSOMMER autrement

Gaspiiller moins, consommer responsable et local, respecter les saisons... Depuis des années, Marmiton s'engage et soutient les initiatives citoyennes. Grâce à cette nouvelle rubrique qui en fera l'écho, vous n'en perdrez pas une miette ! Par Marion Amico



## Le supermarché coopératif de la Louve

Inspiré par un modèle de coopérative créée à New York, l'objectif de ce commerce est la participation communautaire. Pour voir les prix des denrées alimentaires baisser, les clients mettent la main à la pâte ! Le supermarché, qui sera situé dans le nord de Paris, est dirigé par ses propres clients, qui n'ont qu'à réaliser 3 heures consécutives de travail toutes les 4 semaines, pour gérer les stocks, l'administratif et le nettoyage. La Louve soutient les producteurs respectueux de l'environnement pour garantir aux clients des produits de qualité. Le projet est encore en

construction, Tom Boothe et Brian Horihan, gastronomes et porteurs de l'idée, espèrent ouvrir le commerce à l'automne. Pour ce faire, ils lancent un appel aux dons.



## LE CHIFFRE QU'ON AIMERAIT INVERSER



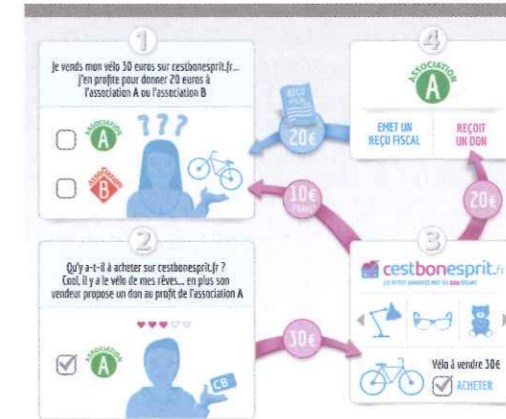
**1,2 million de tonnes,** c'est le poids des déchets alimentaires chaque année en France.



**400 euros par an,** c'est la perte que représente le gâchis par foyer.



**7 kg de déchets alimentaires** (par an et par personne) sont non consommés et encore emballés.



### Je vends donc je donne sur Cestbonesprit.fr

Cette plateforme de commerce électronique permet d'acheter et de vendre ses biens mais petite particularité, il vous est possible de transformer une partie du prix de vente en don en faveur de trois associations au choix ; l'acheteur potentiel se chargera de choisir entre celles-ci. Le don est même déductible des impôts grâce à un reçu fiscal. Vendre quelque chose d'inutile pour agir de manière utile, c'est la devise ! Le but est d'associer le commerce aux dons et chaque transaction devient un acte de solidarité. De quoi donner du sens à la vente et aux achats !

## SHARE A COFFEE

### L'initiative « Exkise »

La chaîne de restauration Exki lance une démarche appelée « Share a coffee ». À l'image du « café suspendu », dont l'idée était de payer un café à l'avance aux plus démunis, la chaîne entreprend de récolter l'équivalent de 100 000 cafés à offrir aux sans-abri. Les restaurants Exki proposent depuis le 1<sup>er</sup> février un pass qui permet aux clients, à chaque passage en caisse, d'offrir un café à 1 euro, en plus de la valeur de leurs achats. Les fonds récoltés seront reversés aux associations Opération Thermos, en Belgique, et la Mie de Pain, en France.

## Déguster les produits du coin

Créé par le groupe coopératif In vivo, ce commerce implanté dans la banlieue de Toulouse mise sur les produits frais et les producteurs locaux. 14 % de l'offre est situé à moins de 50 km du point de vente et 80 % des produits proviennent du grand Sud-Ouest. Les autres objectifs des fondateurs sont de respecter les saisons des fruits et légumes, avoir des produits qui ont du goût (préalablement testé par l'équipe en charge), avec des prix justes.

La communication entre dirigeants, clients et producteurs est aussi facilitée. En rejoignant la communauté « Frais d'ici », il est possible de donner son avis sur la qualité des produits. Innovant, ce processus est difficile à mettre en place car il est coûteux et le recensement des producteurs, laborieux. Un nouveau modèle économique qui doit encore faire ses preuves mais pour juger la nouveauté, il faut l'essayer !



\* Retrouvez les adresses et sites Internet en page 144