



Notre politique en matière de gaspillage et de pertes alimentaires

Version : mars 2026

Sommaire

1 CONTEXTE ET OBJECTIF DE CETTE POLITIQUE	3
2 QUELS CHOIX FAISONS-NOUS ?	4
3 QUELS SONT NOS OBJECTIFS CONCRETS ?	7
4 QUE VOULONS-NOUS CHANGER ?	7
5 COMMENT ALLONS-NOUS METTRE CETTE POLITIQUE EN ŒUVRE ?	8
6 COMMENT ALLONS-NOUS SUIVRE ET ÉVALUER CETTE POLITIQUE ?	8
7 QUEL EST LE CHAMP D'APPLICATION DE CETTE POLITIQUE ?	9
8 QUI EST RESPONSABLE DE CETTE POLITIQUE ?	9
9 COMMENT LES PARTIES INTÉRESSÉES SONT-ELLES IMPLIQUÉES ET INFORMÉES ?	10
<i>ANNEXE : INCIDENCES, RISQUES ET OPPORTUNITÉS SIGNIFICATIFS</i>	11

1 CONTEXTE ET OBJECTIF DE CETTE POLITIQUE

Chez Colruyt Group, nous avons à cœur de limiter l'empreinte environnementale de nos produits. Cette politique décrit comment nous prévenons et réduisons le gaspillage ainsi que les pertes alimentaires au sein de Colruyt Group.

Chaque année, 1,3 milliard de tonnes de nourriture sont perdues dans le monde, soit environ un tiers de la production alimentaire totale. Les terres, le temps, l'énergie, les matières premières et les coûts nécessaires pour produire, transporter, refroidir ou préparer les denrées alimentaires sont ainsi gaspillés, ce qui entraîne une incidence négative sur le climat, la biodiversité et la pauvreté.

Notre objectif est avant tout de vendre de la nourriture et de trouver l'équilibre optimal entre les ventes et les pertes alimentaires. La vente de denrées (fraîches) va de pair avec une production de déchets et des pertes alimentaires. Dans nos activités de distribution, il est donc inévitable que certains produits ne soient pas vendus (à temps). Nous avons toutefois tout intérêt – y compris sur le plan économique – à limiter cette part.



“ Trouver l'équilibre optimal entre les ventes et les pertes alimentaires ”

Nous souhaitons valoriser les flux résiduels inévitables à la plus haute valeur possible, conformément à l'échelle de Moerman. Par ordre de priorité décroissante, les destinations sont les suivantes : la consommation humaine, la consommation animale, la transformation en nouveaux produits, la production d'énergie (bio) et, en dernier recours, l'incinération comme déchet résiduel.

La prévention des pertes alimentaires s'inscrit dans notre objectif d'utiliser avec parcimonie les ressources naturelles dont nous disposons. En donnant la priorité aux dons aux Banques Alimentaires, nous générons en outre un impact social positif en rendant l'alimentation plus accessible aux groupes vulnérables.

2 QUELS CHOIX FAISONS-NOUS ?

1 Nous limitons le plus possible les pertes alimentaires économiques dans nos propres activités.

*Définition des pertes alimentaires économiques chez Colruyt Group :
tout produit alimentaire acheté qui ne peut être vendu comme prévu, quelle que soit sa destination.*

Dans nos activités de retail, l'alimentation est à la fois une denrée et un produit commercial. Tout article destiné à la vente qui, pour une raison ou l'autre, n'est pas vendu est une perte économique pour l'entreprise, qu'il soit ou non encore consommé par l'homme ou l'animal.

Nous veillons à limiter le plus possible les produits alimentaires qui restent invendus dans nos rayons, notamment grâce à une gestion réfléchie des stocks et des conditions de conservation optimales. Nous adaptons ainsi l'offre de produits frais dans nos magasins – et donc notre niveau de stock – à la demande attendue. Nous veillons à prévoir suffisamment de produits pour pouvoir servir tous nos clients, mais aussi à ne pas en prévoir trop, pour éviter que les produits n'approchent de leur date de péremption et deviennent invendables.



► Produits de charcuterie chez Colruyt Meilleurs Prix : grâce à une gestion réfléchie des stocks, nous veillons à ce qu'un minimum de produits reste invendu dans les rayons.

2 Nous évitons que des denrées alimentaires sur lesquelles nous subissons une perte économique soient perdues pour la consommation humaine (ou animale).

*Définition des pertes alimentaires :
toute diminution de la quantité de nourriture disponible pour la consommation humaine (et animale) en raison d'un manque d'efficacité dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire, de la récolte à la consommation (par exemple, en raison d'une logistique défectueuse, d'un manque de technologie et de savoir-faire, d'un accès insuffisant au marché...).*

Les produits alimentaires devenus invendables restent souvent parfaitement consommables. Ils ont déjà été produits, transformés, transportés et emballés, ce qui implique l'utilisation de ressources précieuses et d'énergie.

C'est pourquoi nous choisissons de réaffecter ces pertes alimentaires encore consommables à la consommation humaine (ou animale). Nous évitons ainsi le gaspillage alimentaire et réduisons les effets négatifs qui y sont associés sur l'environnement et la société. La réduction du gaspillage alimentaire est d'ailleurs considérée par les scientifiques comme l'une des contributions les plus efficaces à la lutte contre le changement climatique et la perte de biodiversité.

3 En donnant la priorité aux dons aux Banques Alimentaires, nous générons également un impact social positif en rendant l'alimentation plus accessible aux publics vulnérables.

La réduction du gaspillage et des pertes alimentaires s'inscrit dans les principes de l'économie circulaire et contribue à réduire l'incidence environnementale des produits que nous vendons. Par ailleurs, Colruyt Group s'engage à mobiliser ses leviers pour soutenir des publics en situation de vulnérabilité.

Nous avons ainsi validé un objectif visant à améliorer l'accès à une alimentation équilibrée et durable. En donnant aux Banques Alimentaires des produits alimentaires invendables, mais toujours parfaitement consommables, nous atteignons à la fois un objectif environnemental et un objectif social. Une situation gagnant-gagnant, qui s'inscrit dans notre vision holistique de la durabilité des chaînes de valeur de nos produits.



Colruyt Group fait don de plus de 10 000 tonnes de nourriture par an en collaboration avec des organisations alimentaires locales. Nous sommes ainsi le partenaire le plus solide et le plus structuré en Belgique pour la Fédération belge des Banques Alimentaires, Foodsavers et la Croix-Rouge. Cliquez ici pour lire le communiqué de presse.

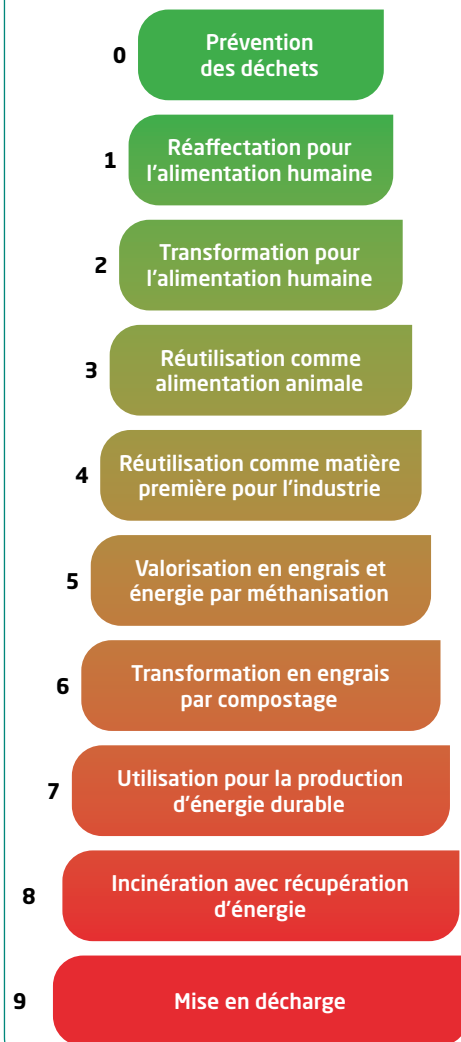


4 Lorsque les pertes alimentaires ne sont plus bonnes pour la consommation humaine ou animale, nous voulons valoriser ces flux résiduels au maximum en suivant l'échelle de Moerman.

Définition du gaspillage alimentaire : toute perte alimentaire qui finit sous la forme de déchet (y compris le compostage, la méthanisation, la production de bioénergie, l'incinération, la mise en décharge...).

L'échelle de Moerman est un modèle en cascade de maintien de la valeur qui indique comment les denrées alimentaires et matières premières alimentaires peuvent être utilisées de la meilleure manière possible. La situation la plus souhaitable est d'éviter le gaspillage. Si cela n'est pas possible, la transformation en nouvelles matières premières pour l'alimentation animale ou en matériaux de haute valeur est privilégiée. Le recyclage, le compostage ou l'incinération des denrées alimentaires constituent les options les moins souhaitables.

L'échelle de Moerman



5 Nous souhaitons collaborer avec les fournisseurs, les producteurs, les consommateurs et les autorités afin de continuer à diminuer les pertes alimentaires dans l'ensemble de la chaîne.

Étant donné que les pertes alimentaires principales se situent avant et après nous dans la chaîne, il est très pertinent de travailler également sur ce plan. Nous voulons aider nos clients à moins gaspiller, notamment grâce à des informations sur les techniques de conservation, des ateliers ainsi que des recettes, et en les encourageant à cuisiner les restes.



➤ Nous inspirons nos clients à gaspiller moins de nourriture, par exemple en donnant des conseils sur la préparation des repas dans notre brochure Colruyt.

3 QUELS SONT NOS OBJECTIFS CONCRETS ?

Nous vendons chaque année au moins **97,4 %** de nos produits frais.

Par rapport à l'année de référence 2023 : 97,2 %

D'ici 2030, nous consacrerons au moins **50 %** de nos produits invendus, mais encore consommables, à la consommation humaine ou animale.

Par rapport à l'année de référence 2023 : 44,7 %

Ces deux objectifs s'appliquent à l'ensemble des points de vente et centres de distribution des enseignes Colruyt Meilleurs Prix, Okay et Bio-Planet en Belgique.

4 QUE VOULONS-NOUS CHANGER ?

Les changements sur lesquels Colruyt Group mise pour éviter, réduire et valoriser les pertes alimentaires concernent :

- l'optimisation des assortiments et de la gestion des stocks ;
- un réapprovisionnement, une logistique et un transport tenant compte de la durée de conservation des produits ;
- des emballages conçus en fonction de la durée de conservation ;
- la recherche active de la meilleure destination pour les pertes alimentaires ;
- des processus de production adaptés ;
- l'innovation et le développement de nouvelles activités.



- L'emballage du chicon Boni comporte des microperforations, ce qui permet de doubler la durée de conservation du légume. Cliquez sur l'image ci-dessus pour lire notre politique en matière d'emballages intelligents.

5 COMMENT ALLONS-NOUS METTRE CETTE POLITIQUE EN ŒUVRE ?

Nous disposons d'un long historique d'actions et de projets. Nous poursuivrons et développerons ces initiatives lors des prochaines itérations des cycles « planifier – faire – vérifier – agir » (plan – do – check – act). Elles se concentrent sur l'extension, l'ajustement et l'optimisation des éléments suivants :

- **des assortiments adaptés à chaque magasin et à sa clientèle ;**
- **des variables utilisées dans les prévisions pour le réapprovisionnement automatisé ;**
- **une chaîne du froid optimale, du fournisseur jusqu'aux magasins, en passant par les centres de distribution ;**
- **des technologies de conservation et des emballages innovants permettant de prolonger la durée de conservation ;**
- **le suivi, la gestion et l'affectation des denrées alimentaires quelques jours avant leur date de péremption ;**
- **la collaboration avec les Banques Alimentaires ;**
- **des projets pilotes visant à explorer le potentiel de la valorisation des flux résiduels alimentaires en nouveaux produits.**

6 COMMENT ALLONS-NOUS SUIVRE ET ÉVALUER CETTE POLITIQUE ?

Cette politique a été élaborée sous la direction du **Business Lead** désigné au sein de Colruyt Group pour le gaspillage et les pertes alimentaires : **Jo Willemyns, COO Food Retail.**

Un comité de pilotage suit régulièrement les objectifs définis dans cette politique, ainsi que les indicateurs et cibles associés. Le Service Center Sustainability prépare à cet effet les rapports nécessaires. Les responsables de projets concernés y rendent également compte de l'avancement et de l'efficacité des changements et actions mis en œuvre.

Chaque année, nous appliquons le processus suivant :

- nous assurons un suivi rigoureux de nos **IRO significatifs**, et nous mettons à jour au moins une fois par an notre analyse de la double matérialité, y compris pour les questions de gaspillage et de pertes alimentaires. Nous intégrons les éventuelles évolutions dans notre stratégie de durabilité ;
- nous évaluons les **progrès réalisés au regard de nos objectifs** en matière de gaspillage et de pertes alimentaires, à l'aide des indicateurs et cibles fixés ;
- sur cette base, nous déterminons les ajustements ou compléments à apporter à la **politique existante sur le gaspillage et les pertes alimentaires**. Si nécessaire, nous révisons certaines orientations stratégiques et définissons de nouveaux **objectifs et indicateurs**. Ces nouveaux objectifs sont ensuite validés par le comité de direction. Enfin, les **feuilles de route** associées sont mises à jour en conséquence.

7 QUEL EST LE CHAMP D'APPLICATION DE CETTE POLITIQUE ?

Champ d'application pour l'organisation

Toutes les activités food (distribution et production) de Colruyt Group ainsi que ses propres centres de distribution entrent dans le champ d'application de cette politique. La chaîne de valeur en amont, les activités propres et la chaîne de valeur en aval peuvent donc potentiellement être concernées.

Dans un premier temps, nous nous concentrons sur l'ensemble des points de vente et centres de distribution des enseignes Colruyt Meilleurs Prix, Okay et Bio-Planet en Belgique.

Champ d'application pour les produits

Tous les produits alimentaires sont concernés, qu'ils soient à courte ou longue durée de conservation. Nous accordons toutefois une attention particulière aux produits à courte durée de conservation, car ce sont eux qui offrent les plus grands leviers pour réduire le gaspillage et les pertes alimentaires.

Par Colruyt Group, il faut entendre Colruyt Group SA, y compris toutes les entités dans lesquelles une participation majoritaire est détenue. De plus, les administrateurs qui représentent Colruyt Group dans des participations diffusent également les valeurs de cette politique, et s'efforcent de l'appliquer au mieux.

8 QUI EST RESPONSABLE DE LA VALIDATION ET LA MISE EN ŒUVRE DE CETTE POLITIQUE ?

La responsabilité de la mise en œuvre de la politique en matière de pertes alimentaires a été confiée au **Business Lead** désigné au sein de Colruyt Group pour les pertes alimentaires, **Jo Willemyns, COO Food Retail**.

Le Business Lead assume la responsabilité de la réalisation de cette politique ainsi que des objectifs associés, et définit les changements et actions nécessaires. Le Service Center Sustainability, sous la direction du **Corporate Sustainability Officer**, est chargé d'assurer le reporting nécessaire et de veiller à l'efficacité de la mise en œuvre de la politique.

La responsabilité finale de l'exécution de la politique globale de durabilité de Colruyt Group revient au **comité de direction** de Colruyt Group, sous la direction du CEO.



Jo Willemyns
Business Lead Pertes alimentaires

9 COMMENT LES PARTIES INTÉRESSÉES SONT-ELLES IMPLIQUÉES ET INFORMÉES ?

Toutes les parties intéressées peuvent consulter le [site web](#) pour obtenir davantage d'informations sur notre approche et nos réalisations concrètes. Le [rapport annuel](#) de Colruyt Group contient également des informations sur la politique menée, les objectifs fixés et les actions entreprises pour rendre les emballages plus durables.

En tant que distributeur, nous prenons de nombreuses initiatives pour éviter que des produits alimentaires ne soient perdus lors de la production, du transport ou de la vente. Et même une fois le produit vendu, nous souhaitons éviter qu'il ne soit inutilement jeté. En **sensibilisant nos clients**, nous contribuons également à réduire le gaspillage à cette étape de la chaîne alimentaire. Nous le faisons notamment à travers les labels Too Good To Go et des campagnes de communication ciblées. Le label « observez, sentez, goûtez » apposé sur nos produits de marque propre rappelle aux consommateurs de ne pas jeter un produit simplement parce que la date de péremption est dépassée.

Nous entretenons avec les **Banques Alimentaires** (et des organisations similaires) une relation à long terme fondée sur l'égalité.

Nous collaborons également de manière proactive avec des fournisseurs, des institutions académiques, des fédérations sectorielles, des fournisseurs de solutions et des groupements d'intérêt, afin de concrétiser et de renforcer notre politique.

En tant qu'acteur belge de premier plan, nous souhaitons contribuer de manière constructive à l'élaboration, à la préparation et à la mise en œuvre des nouvelles réglementations. Nous nous positionnons comme interlocuteur dans chaque phase du processus législatif.



Avec ce label Too Good To Go, nous encourageons nos clients à utiliser leurs sens avant de jeter un produit.

Annexe :

Incidences, risques et opportunités significatifs (IRO's) auxquels la politique se rapporte

Nos **incidences, risques et opportunités significatifs** ont été identifiés à partir d'une **analyse de la double matérialité** réalisée au printemps 2024.

Cette analyse repose sur deux dimensions : l'importance du point de vue financier et l'importance du point de vue de l'incidence. **L'importance du point de vue financier** concerne les thèmes qui ont une influence directe sur la valeur économique et les performances de Colruyt Group, notamment les risques et les opportunités susceptibles d'affecter ses résultats financiers. **L'importance du point de vue de l'incidence**, quant à elle, analyse les conséquences sociales, environnementales et économiques des activités de Colruyt Group sur la société dans son ensemble et sur la planète.

En combinant ces deux angles d'analyse, nous **comprendons mieux les enjeux de durabilité** réellement pertinents, qui influencent les résultats financiers de Colruyt Group et reflètent les effets de nos activités sur la société et l'environnement.

Cela nous permet :

- d'intégrer plus solidement la durabilité dans **la stratégie et les processus décisionnels** de Colruyt Group, et de consolider les objectifs définis en la matière ;
- de limiter les **risques liés à la durabilité** et saisir les **opportunités** pouvant avoir des conséquences financières pour Colruyt Group ;
- d'offrir une vision plus complète aux investisseurs et autres parties intéressées, en assurant un **reporting et une communication** sur les enjeux pertinents. L'analyse de l'importance constitue en effet la base de notre reporting en matière de durabilité, comme le prévoit la directive concernant la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises (CSRD).

Pour **le gaspillage et les pertes alimentaires**, les incidences, risques et opportunités jugés significatifs sont les suivants :

- incidences de la production agricole sur les pertes alimentaires dans la chaîne de valeur (surproduction, « fruits et légumes imparfaits », etc.) ;
- incidences de la distance par rapport au pays d'approvisionnement sur le transport, l'emballage et, en fin de compte, sur les pertes alimentaires ;
- incidences des activités logistiques et de transport des denrées alimentaires sur les pertes alimentaires ;
- incidences de la taille des portions des produits alimentaires vendus par Colruyt Group sur les pertes alimentaires chez le consommateur ;
- incidences de l'ampleur de notre assortiment (afin de répondre aux attentes des consommateurs) sur les pertes alimentaires dans les magasins ;
- incidences de nos promotions sur les pertes alimentaires chez les producteurs ;
- incidences de la réutilisation des flux résiduels alimentaires sur la quantité de pertes alimentaires (par exemple, utiliser des restes de pain pour cultiver des champignons ou transformer des pommes abîmées en jus de pomme) ;
- incidences de l'utilisation des denrées alimentaires par le consommateur sur le gaspillage alimentaire ;
- opportunités liées à la réduction des pertes alimentaires pour les volumes de vente et les niveaux de stock de Colruyt Group (par exemple, adapter l'offre en fonction de la disponibilité des produits [demi-pains, pains surgelés...], ventes rapides).