

Actualités consommation

17 % des denrées alimentaires finissent à la poubelle



Dans un [rapport](#) (en anglais) publié le 4 mars dernier, le *Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE)* dresse un bilan alarmant : en 2019, 931 millions de tonnes de nourriture ont été jetées dans les poubelles des ménages, des grossistes, des restaurants et d'autres services alimentaires à travers le monde. « *Ce poids est à peu près l'équivalent de 23 millions de poids lourds de 40 tonnes, chargés à pleine capacité, en file indienne, ce qui permettrait de faire sept fois le tour de la Terre* », détaille le [communiqué de presse](#).

Le *PNUE* a mis en place un nouvel indice permettant de mesurer le gaspillage des produits alimentaires en bout de chaîne, c'est-à-dire une fois qu'ils sont commercialisés. D'après les premières données obtenues, le plus gros du gaspillage concerne les ménages « *qui jettent 11 % de la nourriture* », bien devant les services de restauration (responsables de 5 % du gaspillage) et des points de vente au détail (2 %). Le rapport estime qu'en 2019, environ 17 % de la nourriture totale disponible pour les consommateurs a été gaspillée. Il suggère en outre que « *le gaspillage alimentaire des consommateurs est deux fois plus important que les estimations précédentes* ».

Le plus étonnant est que ce gaspillage concerne tous les pays et pas uniquement les pays développés, contrairement à ce que les experts ont longtemps pensé. De l'aveu de Marcus Gover, PDG de *Wrap* (ONG partenaire de l'ONU dans la réalisation de ce rapport) : « *grâce à la publication du rapport sur l'indice du gaspillage alimentaire, nous constatons que les choses ne sont pas aussi claires.* » Par exemple, en France, d'après ce nouvel indice, les ménages jettent 85 kilos par an et par personne de déchets alimentaires (5,5 millions de tonnes), des chiffres équivalents à ceux relevés en Birmanie, au Ghana et au Royaume-Uni. C'est le Nigeria qui arrive en tête avec 189 kilos de nourriture jetée par an et par personne. Pour l'ONU, c'est « *un vrai problème mondial* ».

Outre le gaspillage après commercialisation, de la nourriture est également perdue entre le moment de la récolte et celui de la vente. D'après les chiffres de la *FAO* (l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture), en 2019, 14 % des denrées alimentaires produites dans le monde ont été jetées avant leur commercialisation. Ainsi, entre la perte et le gaspillage, c'est un tiers de la production mondiale de nourriture qui n'est pas consommée.

Le rapport incite à redoubler d'effort pour limiter ce gaspillage, en particulier en cette période de crise sanitaire. Selon la *FAO*, 690 millions de personnes souffraient de la faim en 2019, « *chiffre qui devrait augmenter fortement pendant et après le Covid-19* », selon l'ONU. L'un des objectifs de l'organisation consiste d'ailleurs à réduire de moitié le gaspillage alimentaire d'ici à 2030. L'indice calculé par le *PNUE* permettra de mesurer les progrès effectués dans chaque pays, mais pour Marcus Gover, cet objectif ne sera pas atteint au rythme actuel. « *Cela doit être une priorité pour les gouvernements, les organisations internationales, les entreprises et les fondations philanthropiques* », a-t-il alerté.

A retenir :

- En 2019, 931 millions de tonnes de nourriture ont été jetées dans le monde
- Les ménages sont responsables de 11 % du gaspillage, devant les restaurateurs (5 %) et les points de vente au détail (2 %)
- Près de 17 % de la nourriture totale disponible pour les consommateurs a été gaspillée en 2019
- Tous les pays sont concernés, pas seulement les pays développés
- L'objectif de l'ONU est de diminuer de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030
- Pour Marcus Gover, de l'ONG *Wrap*, l'objectif, pour être atteint, doit devenir une priorité au niveau mondial.

Le défi de la construction pour les HLM

Le nombre de nouvelles constructions de logements sociaux est en baisse depuis plusieurs années et l'année 2020 a été « *très mauvaise* », selon les termes d'Emmanuelle Cosse, la présidente de l'*Union sociale pour l'habitat (USH)*, qui représente 631 organismes HLM à travers cinq fédérations. 2021 devra être l'année de la relance pour le secteur. La ministre déléguée au Logement, Emmanuelle Wargon, a promis la construction de 250 000 logements sociaux en deux ans, soit 125 000 par an (contre 90 000 en moyenne en 2020). Si Emmanuelle Cosse se réjouit de cet objectif chiffré, qu'elle estime atteignable, elle se pose toutefois la question des moyens pour y parvenir. Car pour elle, les ressources financières sont là, mais « *nous avons besoin d'une politique qui nous accompagne* », indique-t-elle. Les listes d'attente pour l'attribution d'un HLM commencent à s'allonger. D'après l'*USH*, en 2020, 450 000 logements ont été attribués, soit 30 000 de moins qu'en 2019. Cela s'explique notamment par des retards sur les chantiers, des commissions d'attribution qui n'ont pas pu se réunir au moment du premier confinement et un contexte de crise économique qui ne favorise pas les sorties du parc HLM.

Pour parvenir à cet objectif de 250 000 nouveaux HLM, la loi SRU doit être mieux appliquée. Elle impose à un certain nombre de communes de disposer d'au moins 25 % de logements sociaux à l'horizon 2025 et de respecter des objectifs de mixité. Aujourd'hui, 53 % des communes soumises à une obligation de rattrapage en vertu de ce texte n'atteignent pas les objectifs qui leur sont assignés. La ministre déléguée au Logement a fait inscrire la question de la prolongation de la loi SRU dans le projet de loi « *4D* », relatif à « *la différenciation, à la décentralisation, à la déconcentration et à la décomplexification* » de l'action publique locale, qui doit être présenté en Conseil des ministres au début du printemps. Pour Emmanuelle Cosse, les sanctions pour les communes qui n'atteignent pas leurs objectifs doivent être adaptées. L'idée est de sanctionner plus sévèrement les maires volontairement récalcitrants...

Drop shipping : pratique douteuse mais pas illégale

Le 'drop shipping' consiste à vendre sur Internet des produits que l'on ne possède pas. L'e-commerçant achète à son fournisseur au fil des commandes qu'il reçoit. C'est ensuite ledit fournisseur qui gère les stocks et se charge de la livraison auprès du client final.

Cette méthode présente un intérêt pour le revendeur qui ne souhaite pas gérer de stocks, ni les expéditions. Ce procédé commercial totalement légal est sujet à controverse en raison du manque de transparence et d'informations préalables à l'attention du consommateur. Ainsi, certains vendeurs peu scrupuleux utilisent cette méthode pour gagner de l'argent facilement avec des pratiques plus que douteuses. Ils créent un site Internet avec de jolies photos de produits (bijoux, articles de cuisine, objets de décoration...) qui, en réalité, viennent d'Asie et sont achetés sur des plateformes de grossistes à très bas coût, comme *AliExpress* pour le plus connu. Les articles sont ensuite revendus bien plus chers au client final qui ne peut savoir qu'il n'achète pas directement au e-commerçant.

Les produits en question sont souvent présentés comme révolutionnaires, très à la mode, indispensables au quotidien... avec des promotions attractives et des avis de consommateurs très satisfaits. Les revendeurs utilisent également massivement les réseaux sociaux pour promouvoir leur site, via des publications sponsorisées ou par l'intermédiaire d'influenceurs qui sont payés pour en faire la promotion auprès de leur communauté (parfois sans savoir ce qu'il en est vraiment).

Les déconvenues les plus fréquentes avec ce type de pratiques sont la livraison non-conforme, la non réception de l'article commandé ou encore un service client injoignable. Bien souvent, les sites Internet montés pour ces opérations disparaissent aussi vite qu'ils ont été créés. Certaines pratiques peuvent d'ailleurs être caractérisées par le juge comme pratiques commerciales trompeuses, s'il est démontré qu'elles reposent sur « des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur » ([article L121-2 du Code de la consommation](#)) ; c'est notamment le cas si le vendeur annonce un produit made in France alors qu'il provient de Chine...

Voici quelques conseils pour ne pas tomber dans le piège :

- Vérifier les mentions légales, conditions générales de ventes et coordonnées du vendeur qui doivent être accessibles ;
- Rechercher sur les moteurs de recherche, forums et sites étrangers (*AliExpress, Wish...*) le produit en question avant de le commander, ainsi que des avis de consommateurs fiables ;
- Avoir conscience que des délais de livraison supérieurs à 10 jours indiquent très sûrement un produit en provenance d'Asie ;
- Ne pas oublier que le consommateur dispose d'un délai de 14 jours à compter de la réception du produit pour le retourner s'il ne convient pas (sauf exceptions précisées dans l'[article L221-28 du Code de la consommation](#)) ;
- Garder à l'esprit que les influenceurs sur les réseaux sociaux n'ont pas toujours un avis neutre et objectif, mais peuvent être payés pour vanter les mérites d'un produit.

À voir à la télévision et sur Internet

Cuisine libanaise : chiche ou pois chiche ?

Documentaire – **Dimanche 14 mars 2020** à 20h50 sur France 5

La cuisine libanaise est de plus en plus consommée en France. Houmous, fallafel, shawarma, taboulé : les mezzés promettent un voyage gustatif et équilibré pour un coût raisonnable.

Capital - Classes moyennes : profitez-vous vraiment des milliards distribués par l'État ?

Magazine – **Dimanche 14 mars 2020** à 21h05 sur M6

Au sommaire, notamment : « Classes moyennes : les aides financières du "quoi qu'il en coûte" ont-elles été suffisantes ? » / « France à crédit : d'où viennent les milliards ? ».

Kebab : salade, tomate, pognon ?

Documentaire – **Dimanche 14 mars 2020** à 21h45 sur France 5

De ses origines en Turquie aux usines de broches en Allemagne en passant par le Parlement européen à Bruxelles, enquête sur les rouages bien huilés des professionnels du kebab.

Scan - Coronavirus, le monde sous la menace

Documentaire – **Jedi 18 mars 2020** à 21h05 sur France 2

Ce numéro s'intéresse à la question des vaccins contre le Covid-19 - de la logistique à la campagne de vaccination -, ainsi qu'à la propagation des variants anglais, brésilien ou sud-africain du virus.

