

“BON ET BIEN” : LES PREMIÈRES SOUPES SONT COMMERCIALISÉES

Le social business qui lutte contre le gaspillage et préserve l'emploi

► Amandine PINOT

Entreprendre au service de l'intérêt général en misant sur des initiatives économiques aux finalités sociales ou environnementales. Tel est le principe du social business : le dernier arrivé en Nord-Pas-de-Calais a donné naissance à la production des soupes “Bon et Bien”. Quand le soutien de l'emploi local et la lutte contre le gaspillage alimentaire se rapprochent, l'initiative ne peut être que positive.

Is sont cinq à avoir imaginé, en octobre 2014, ce social business : McCain, Randstad, E.Leclerc Templeuve, les Banques alimentaires et le GAPPI. Sous l'appellation “Bon et Bien”, ces cinq entreprises et associations collectent les écarts de triage de légumes auprès des cultivateurs régionaux faisant partie du réseau des agriculteurs partenaires de McCain, pour les utiliser dans la préparation de soupes. “Depuis 2012, nous sommes impliqués dans le social business, notamment en Colombie pour sortir les paysans de la pauvreté. Si on peut le faire dans le monde, pourquoi pas en Nord-Pas-de-Calais ? Un projet de glanage de pommes de terre avec la ferme Leprince (à Béhagnies, près d'Arras, ndlr) a donc été initié pour transformer en flocons les pommes de terre non conformes”, explique Jean Bernou, président McCain Europe Continentale. En effet, 20% des pommes de terre récoltées ne correspondraient pas aux critères de consommation en étant trop petites, trop grosses ou difformes... Coût de l'investissement : 300 000 apportés par les trois entreprises et 30 000 par l'Etat, dans le cadre du Programme national pour l'alimentation. En bout de chaîne, une opération “unique en Europe”, d'abord

déployée dans les E.Leclerc de Templeuve, tête de pont du mouvement, puis à Wattrelos et Lille-Fives. Et l'envie pour Michel-Edouard Leclerc, PDG de la première enseigne alimentaire française, d'en faire “un combat d'enseigne” pour que cette initiative locale fasse des petits. Deux établissements – à Saint-Amand et en Bretagne – seraient déjà séduits.

Elaborées par deux grands chefs régionaux. Thomas Pocher, adhérent du mouvement E.Leclerc à Templeuve et Wattrelos, défend bec et ongles cette belle initiative au sein des deux établissements qu'il gère : “Le magasin de Templeuve, c'est 25 000 tonnes de produits vendus chaque année ; 0,8% des produits sont retirés des rayons puis retravaillés, et nous permettent ainsi de diminuer notre gaspillage de 10% tous les ans.” Une performance remarquable quand on sait que la grande distribution est souvent pointée du doigt dans le gaspillage, alors qu'en réalité, les ménages, la restauration collective ou les établissements scolaires sont eux aussi responsables... Michel-Edouard Leclerc ajoute : «La distribution en Europe est celle qui lutte le plus contre le gaspillage. C'est inutile de donner des sanctions ! Mais il faut en paral-



Trois types de soupes sont commercialisées depuis le mois de mai : soupe d'été, soupe froide, velouté.



Les cinq salariés ont été recrutés localement parmi des chômeurs longue durée.

lèle une vraie action publique pour donner aux associations les moyens de la collecte. Parce qu'ils vont se tarir par l'efficacité des mesures anti-gaspillage...” Chaque année, les établissements E.Leclerc distribuent 20 000 tonnes de marchandises aux associations.

Carottes et cumin, tomates et fraises, six légumes et estragon... Deux grands chefs régionaux ont élaboré les recettes : Maxime Schelstraete (chef du restaurant Meert) et Clément Marot. Les trois soupes sont commercialisées depuis le mois de mai au prix de 3,50 € les 750 ml. Chaque jour, ce sont 330 litres de soupe (soit environ 400 bouteilles) qui sont préparées et conditionnées dans

un atelier de 130 m² spécialement conçu et réaménagé pour les cinq salariés de “Bon et Bien”, anciens chômeurs de longue durée. Bien que la ligne de production soit installée dans le centre E.Leclerc de Templeuve, l'entreprise reste totalement indépendante. Chaque bénéfice généré sera réinvesti dans le développement de “Bon et Bien”. En réunissant deux mondes opposés – l'agriculture et la grande distribution –, “Bon et Bien” permet aussi aux gourmands d'être consom'acteurs. La boucle est bouclée ! ■

1. Groupement des agriculteurs producteurs de pommes de terre pour l'industrie.