

Au menu ce soir, nos déchets alimentaires

07 octobre 2016 22:15



par Salim Nesba

Une bande de jeunes motivés. Ils sont quasi trentenaires. Ils ont créé une plateforme internationale, depuis la Belgique, pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

Entre Gand, la Californie, Istanbul, la Loire-Atlantique ou encore Sydney, il y a Bruxelles, le repaire des Food Surplus Entrepreneurs. Eux disent "FSE", acronyme pour définir le centre névralgique d'environ 180 initiatives entrepreneuriales autour du gaspillage alimentaire. Il y règne une fâcheuse tendance à l'anglicisme, esprit start-up oblige. Leur marque de fabrique: l'ambition, car ils veulent nous faire avaler nos déchets. La doctrine veut dépasser le manger local, surclasser le manger bio. Elle se multiplie à la vitesse d'un hashtag, *#foodwaste*, en l'occurrence. Une déferlante. "C'est même devenu un must pour les amoureux du 'bien-manger'", nous sert le cofondateur du réseau, en guise d'entrée.

Joris Depouillon est Gantois. Il y a trois ans, l'encre de son diplôme d'ingénieur commercial à peine sèche, il décide de tourner le dos à la classique case "stage en entreprise" ou sa voisine "file au VDAB", l'office de l'emploi flamand. C'est plutôt l'envie d'ajouter de nouvelles couleurs à sa palette qui le titille. Ce grand blond un peu fluet, un peu rêveur, se lance alors dans ce qu'il appelle un "Green Sense Tour". Un an à la découverte du monde et de ses entreprises durables. "J'ai voyagé en Turquie, au Burkina Faso, au Maroc et dans beaucoup de pays européens. Je voulais analyser ce qui se faisait dans le secteur du développement durable", précise Joris Depouillon. "En France, j'ai travaillé chez un entrepreneur qui produisait des confitures à base d'invendus. On s'est mis en contact avec des Autrichiens qui commençaient le même type de projet. Et, au fil de mes voyages, l'idée de fédérer toutes ces initiatives locales dans un réseau m'est venue à l'esprit." A son retour en Belgique, il fait le grand saut. Direction la capitale. Il y croise Alice Codsi, après avoir eu vent de ses "Disco Soupes", événements festifs qui s'installent à la fin des marchés dans le but de glaner gratuitement invendus et bonne humeur, pour en faire, dans l'heure, des soupes avec les passants. Nous sommes en 2014, entre deux louches, le FSE Network vient de naître.

Des cafés aux ministères

Les débuts sont poussifs. "La première année, on a fait beaucoup de choses... et rien en même temps. On était en recherche. Il nous fallait trouver des moyens de créer de la valeur ajoutée au concept du Food Waste", raconte un Joris Depouillon qui ne se rendait pas compte de l'étendue du travail, au moment de lever ses premiers couvercles de poubelles. "Je fais encore de temps en temps du 'dumpster diving'(fouiller dans les poubelles, NDLR)", avoue sans ambages Joris. "Juste par plaisir. La première fois, c'était dans une petite supérette de village, en Flandre. J'étais surpris, très heureux parce que j'avais trouvé beaucoup de nourriture mais, en même temps, bouleversé parce qu'on a rempli un container. Le plus drôle, c'est qu'il arrive parfois que des passants, me voyant le nez dans les poubelles, demandent si ça va, si je n'ai besoin de rien ou me donnent carrément de l'argent."

Assez rapidement, son équipe s'étoffe et n'a qu'un souhait: se faire connaître. Avec Alice Conquand, une designer aux multiples casquettes, qui a rejoint le mouvement en cours de route, ils montent les Food Exchange Cafés, dans différents établissements bruxellois. Un pèlerinage qui les mène notamment au Brussels Beer Project, la brasserie des créateurs de la Babylone, première bière belge mijotée à partir de pain frais recyclé, "comme il y a 7.000 ans", se plaisent-ils à rappeler. Le principe de ces "cafés" est simple: FSE trouve un lieu et invite M. et Mme Tout le Monde à venir avec le fond de son frigo pour une soirée dégustation. "Ces événements nous ont permis de toucher beaucoup de monde et d'avoir de la visibilité, concède Alice Conquand. Cela nous demandait toutefois beaucoup d'énergie pour un retour sur investissement proche de zéro. Le plus important était, pour nous, de prouver au public que manger des invendus pouvait s'avérer délicieux." Joris Depouillon confirme: "Il y a deux sortes de réactions. D'abord, celle du dégoût et du rejet de tout ce qui atterrit dans une poubelle. Mais on remarque aussi une certaine satisfaction, une fois qu'on a sauvé ses carottes un peu flétries ou la moitié du pain qu'on a failli y jeter."

En plus d'avoir eu un accueil favorable auprès du public, la question du gaspillage alimentaire intéresse politiques et industriels. Le travail ne manque pas. Deux obstacles se dressent cependant face à leur zèle: le temps et la loi. Le temps, car les invendus ont une durée limitée. La loi, car une intoxication alimentaire ne plairait certainement pas aux aficionados de la "bonne bouffe" et encore moins à l'Afsca.

Les Food Surplus Entrepreneurs se mettent dès lors en tête de fédérer les initiatives du genre. Ils placent leur idéal au milieu du carrefour global. "On s'est aperçu que notre savoir-faire, acquis sur la gestion des déchets alimentaires, pouvait aussi se monnayer", explique le cofondateur du réseau FSE. Et Alice Conquand de sur-enchérir: "On a méthodiquement analysé l'ensemble de la chaîne alimentaire et, au lieu de dénoncer sauvagement les gaspillages, on a préféré briser le tabou de façon constructive, avec les marâchers, l'agro-industrie ou encore les consommateurs." La stratégie est payante, puisqu'on se bouscule au portillon pour bénéficier des conseils de ces jeunes, même pas encore trentenaires. À l'échelon régional, Bruxelles-Environnement les sollicite pour mettre en place les "Rest-O-pack", l'appellation désormais officielle de ces boîtes qui permettent d'emporter vos restes du restaurant à la maison. 10.000 boîtes sont distribuées dans une cinquantaine d'établissements de la capitale. La Flandre suit le mouvement et les FSE sont interpellés par la ville de Gand et sa voisine brugeoise. La Région wallonne intègre également l'idée aux 17 actions du plan wallon Regal, visant à lutter contre le gaspillage alimentaire et rappelant, au passage, que les ménages wallons jettent annuellement entre 14 et 23 kg de nourriture, ce qui représente 174 euros par ménage.

Ils ont tapé dans l'œil de Colruyt

Le réseau d'entrepreneurs manie les statistiques avec parcimonie, "on préfère agir et innover". La fierté des FSE, ce sont les Food Waste Challenge, un concours organisé chaque trimestre depuis un an. Ces compétitions ont pour objectif de rassembler les pépites du milieu, pendant 48 heures, pour les aider à développer un business model. "Chacun vient avec une idée, 35 euros pour les étudiants et 15 de plus pour les autres. On ne se quitte pas pendant deux jours. En général, personne ne se connaît avant le concours. Après un premier tour de présentation, certains préfèrent mettre leurs idées au frigo, pour se rallier à des propositions plus concrètes", explique Alice Conquand, qui se charge, par exemple, de coacher les participants sur leur communication et leur identité graphique.

Lors de la dernière édition à Louvain, une quarantaine de participants ont répondu présents, pour profiter des conseils et de l'expérience d'une dizaine de mentors issus du réseau FSE et gagner des heures gratuites dans des cuisines professionnelles ou dans les bureaux des meilleurs consultants de l'antigaspi. Des poids lourds du secteur alimentaire accompagnent également les processus. Parmi eux, Beci et les 35.000 entreprises bruxelloises qu'elle représente, l'influente association des restaurateurs flamands, Horeca VZW ou encore Colruyt. Le distributeur était représenté dans le jury du concours, avec Françoise Decoster, la responsable du service environnement de la société cotée. "C'est une question centrale pour nous. On cherche une solution pour nos invendus",

confesse-t-elle. L'enseigne a l'habitude de fournir ses invendus à des banques alimentaires. En 2016, Colruyt a déjà donné 245 tonnes d'aliments, essentiellement des produits frais. L'échange se fait quatre jours avant la date limite de péremption. Mais l'idée de valoriser ces pertes autrement fait aussi son chemin dans la grande distribution. Et le groupe de Halle est exigeant. *"Le premier pas est de trouver le bon produit, la bonne recette"*, convient Françoise Decoster, qui a été séduite par les gagnants du dernier concours. Ils proposaient des toasts accompagnés d'une tartinade de légumes, le tout étiqueté "100% invendus". *"On va leur offrir un accès à nos invendus. Après, on pourra envisager de le faire goûter à nos clients. Mais il faut que ce soit un produit qui se vende et que sa production puisse se faire de manière industrielle"*, dit-on chez Colruyt.

Un marché immense se présente aux fouineurs de déchets. *"Et qui ne connaîtra jamais la faillite"*, s'amuse à souligner Joris Depouillon. *"À moins que toute la Terre décide d'arrêter de gaspiller."*

Source: L'Echo

Copyright L'Echo