



Too Good To Go

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La réduction du gaspillage alimentaire est la solution la plus efficace pour lutter contre le changement climatique

- Ce mercredi 29 septembre 2021 a lieu la « Journée internationale de sensibilisation aux pertes et au gaspillage de nourriture » des Nations Unies.
- À cette occasion, Too Good To Go a mené une enquête mondiale auprès des consommateurs sur le gaspillage alimentaire dans les ménages qui révèle, entre autres, que 65% des personnes interrogées gaspillent de la nourriture à la maison.
- Too Good To Go se bat pour la réduction du gaspillage alimentaire dans le monde, dont en Suisse, une mission qui s'avère être la solution la plus efficace pour lutter contre le changement climatique et le réchauffement de la planète.
- Le premier rapport d'impact de Too Good To Go rassemble les engagements de l'entreprise en 2020 avec ses partenaires dans les domaines de l'environnement et des questions sociales et détaille ses actions pour appliquer la neutralité carbone.

Lausanne, le 28 septembre 2021 - À l'occasion de la [Journée internationale de sensibilisation aux pertes et au gaspillage de nourriture](#)¹ qui a lieu demain, mercredi 29 septembre 2021, Too Good To Go a réalisé une enquête internationale auprès des consommateurs sur le sujet du gaspillage alimentaire dans les foyers. Cette journée a été introduite l'année dernière par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

64% des consommateurs-trices suisses gaspillent des denrées alimentaires à la maison

Too Good To Go a récemment interrogé près de 18'000 consommateurs-trices dans 14 pays d'Europe, dont en Suisse, ainsi qu'aux États-Unis sur le sujet du gaspillage alimentaire dans les foyers. Selon les résultats de l'enquête, 65% des personnes interrogées, tous pays confondus, gaspillent au moins une partie de leurs denrées alimentaires à la maison (CH : 64%). La principale raison ? Beaucoup sont d'avis que les restes ne sont pas assez conséquents pour valoir la peine d'être conservés (CH : 18%, monde : 23%). Parmi d'autres raisons invoquées, les consommateurs-trices ont tendance à oublier les denrées alimentaires à la maison et mangent autre chose ou ailleurs (CH : 15%, monde : 12%) ou alors achètent en trop grande quantité (CH : 15%, monde : 13%). Par ailleurs, 15% des personnes sondées en Suisse ne consomment pas les produits dont la date indicative « à consommer de préférence avant » est dépassée (monde : 21%). Les pertes et le gaspillage de nourriture se chiffrent à 2,8 millions de tonnes par an en Suisse ([Foodwaste.ch, 2019](#)) et à 2,5 milliards de tonnes dans le monde ([WWF, 2021](#)). Too Good To Go a pour mission de changer cela et lutte chaque jour contre le gaspillage alimentaire.

Réduire le gaspillage alimentaire a un impact positif sur le changement climatique

Le gaspillage alimentaire génère un fort impact sur l'environnement et est responsable de 10% des gaz à effet de serre à l'échelle mondiale ([WWF, 2021](#)). Lorsque nous jetons de la nourriture, ce n'est pas uniquement le produit qui est gaspillé mais aussi les ressources - par exemple pour le transport, la transformation ou la réfrigération - qui ont été consommées pour le produire. « Il est encore peu connu que réduire le gaspillage alimentaire est l'action la plus efficace dans la lutte contre le changement climatique » explique Alina Swirski, Country Manager de Too Good To Go. Cette affirmation est le résultat d'une [étude de l'organisation à but non lucratif Project Drawdown](#) qui évalue l'efficacité de toutes les mesures de protection du climat pour atteindre le point où la concentration des gaz à effet de serre présents dans l'atmosphère cesse d'augmenter et où les températures mondiales diminuent. Alina Swirski lance d'ailleurs un appel aux consommateurs-trices : « En jetant moins de nourriture, nous générons moins d'émissions de

¹ Les pertes alimentaires se produisent avant que les denrées n'atteignent le consommateur, tandis que le gaspillage alimentaire se produit en fin de chaîne alimentaire, dans les points de vente ou dans les foyers ([Too Good To Go, 2020](#)).



Too Good To Go

CO₂. Nous pouvons donc tous-tes avoir une influence sur la protection du climat. » L'application Too Good To Go offre une solution utile et efficace en connectant des boulangeries, restaurants, supermarchés et autres commerces avec des consommateurs-trices dans le but de réduire le volume d'invendus et de gaspillage alimentaire. En Suisse, avec plus de 4'800 entreprises partenaires et 1,4 million d'utilisateurs-trices inscrits depuis 2018, plus de 3,6 millions de repas ont déjà été sauvés du gaspillage. Too Good To Go sensibilise par ailleurs le public à la problématique du gaspillage alimentaire par le biais de diverses initiatives et campagnes, notamment en Suisse avec les [Waste Warrior Brands \(WAW Brands\)](#) et « [Souvent bon après](#) ».

Too Good To Go évalue sa propre empreinte écologique

En tant qu'entreprise internationale, Too Good To Go a récemment publié son premier rapport d'impact (« [Impact Report](#) » en anglais). Ce rapport synthétise les principaux efforts, activités et progrès environnementaux de l'entreprise en 2020 et met en évidence le soutien des nombreuses parties prenantes qui ont contribué à la réalisation de ces objectifs. « Nous nous sommes donné pour mission d'utiliser le système économique pour résoudre un problème socio-écologique. Nous sommes fiers de tout ce que nous avons accompli jusqu'à présent, mais nous savons aussi tout le travail et les initiatives qui nous attendent », confie Alina Swirski. Le modèle et la mission de Too Good To Go contribuent à la protection du climat mais pour aller encore plus loin, l'entreprise applique également la neutralité carbone depuis 2021. Pour ce faire, l'entreprise travaille en étroite collaboration avec [Planetly \(case study, 2021\)](#) afin de trouver des solutions et des mesures concrètes pour continuer de développer ses activités dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, sans pour autant générer plus d'émissions que ce qu'elle vise à en éliminer de l'atmosphère. Pour compenser certaines émissions inévitables, Too Good To Go a décidé de soutenir un projet certifié de protection du climat au Pérou pour la protection de la forêt amazonienne ainsi qu'un autre en Inde en faveur des énergies renouvelables.

À propos de l'enquête de Too Good To Go

L'enquête a été menée en collaboration avec YouGov dans 15 pays : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Etats-Unis, France, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Suède et Suisse. Dans chaque pays, un minimum de 1'000 personnes a été interrogé. Au total, 17'824 participants-es ont participé à cette enquête via un questionnaire en ligne et ont été segmentés-es par âge (également chez les mineurs), par genre et selon le fait d'être conscient-e que le gaspillage alimentaire est la première solution pour réduire le gaspillage alimentaire. Cette étude a été réalisée entre le 8 et le 20 juillet 2021.

À propos de Too Good To Go

Un tiers de la nourriture produite dans le monde est gaspillé. Too Good To Go a pour mission d'inspirer et de donner à chacun les moyens de lutter contre le gaspillage alimentaire. L'application Too Good To Go est la plus grande plateforme au monde mettant en relation des consommateurs-trices et des commerces - tels que boulangeries, restaurants, supermarchés et autres - dans le but de réduire le volume d'invendus et de nourriture gaspillée. Too Good To Go sensibilise par ailleurs le public à cette problématique par le biais de campagnes et de diverses actions, notamment avec les initiatives [Waste Warrior Brands \(WAW Brands\)](#) et « [Souvent bon après](#) » en Suisse. Actuellement, l'entreprise est active dans 15 pays européens ainsi qu'aux États-Unis et au Canada et existe en Suisse depuis 2018. Plus d'informations sur www.toogoodtogo.ch.

Pour les médias

Pour toute question au sujet de Too Good To Go, veuillez contacter Aurélia Guillot (+41 43 550 76 76, presse@toogoodtogo.ch). Vous trouverez également plus d'informations au sujet de Too Good To Go Suisse dans la [section presse](#) du site web ou dans le [dossier de presse](#).