

FRANCE : UNE ÉTIQUETTE CONTRE LE GASPILLAGE

Voix off

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*¹, Mormoiron, France.

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*

40 % de la nourriture produite sur cette terre ne voit pas un estomac humain.

Voix off

Pour réduire ce gaspillage alimentaire, ce consommateur décide de s'attaquer au calibrage des fruits et légumes imposé par la grande distribution. Une absurdité conduisant chaque année les agriculteurs à jeter 20 % de leur production.

Producteur de raisins interrogé

Tout ce qui est petit comme ça, on le laisse. On le prend pas parce que c'est pas conforme.

Voix off

Au printemps 2014, Nicolas lance l'idée de faire revenir ces fruits et légumes en rayon, et de les vendre 30 % moins cher.

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*

Au début, on les a proposés : ça n'a pas marché. On a mis un petit panneau : « Je suis un peu différent, mais très bon. » Et le dire ne suffisait pas.

Voix off

Nicolas demande alors à un cousin graphiste de lui dessiner un logo : une pomme en forme de gueule cassée.

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*

Quand il a fait une version vraiment cabossée, il manquait encore une chose. Et là je lui ai dit : « Écoute, mets une dent ! Mets une dent au milieu ! » En tant que graphiste, il dit : « Non, attends, là c'est *too much* ! »

Voix off

Une première marque mondiale antigaspi, au sourire édenté, voit le jour. Le succès est alors fulgurant.

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*

En réfléchissant à cette année complètement dingue où, en une année, on passe de deux points de vente à plus de cinq mille, vingt pays viennent nous voir... Ça a marché parce qu'on a confié un peu l'idée, avec certaines règles du jeu, à une série d'acteurs, et tout le monde s'est passé le relais de cette bonne idée de bon sens.

Voix off

Gagnante pour le consommateur, le producteur et le distributeur.

Nicolas Chabanne, fondateur des *Gueules Cassées*

On devait faire des fruits et légumes. Y a eu tellement d'appels de gens à qui on a dit : « Non non, on fait pas les camemberts, les céréales... » Les gens revenaient en disant : « Attendez, pourquoi vous ne le faites pas ? » On a dit : « Écoutez, finalement, essayons ! »

Voix off

Cette initiative prospère grâce à la vente d'étiquettes sur lesquelles sont prélevés un centime pour les frais de fonctionnement, un centime pour permettre à un citoyen de développer l'idée, et un centime pour soutenir les associations locales.

Alors, prêts à sourire aux *Gueules Cassées* ?

Participez à l'aventure de nos pionniers « Shamengo ».

¹ Le nom de la marque fait référence aux soldats qui ont survécu à la Première Guerre mondiale mais qui avaient de graves blessures, notamment au visage.