



# Réduire les coûts en utilisant des déchets et des pièces moins recherchées

## CARACTÉRISTIQUES DU MODÈLE COMMERCIAL POUR RENDRE LES ALIMENTS NUTRITIFS PLUS ACCESSIBLES AUX CONSOMMATEURS À FAIBLE REVENU :

Le **projet de recherche sur les modèles commerciaux GAIN** vise à définir des modèles commerciaux prometteurs pour rendre les aliments nutritifs plus accessibles aux consommateurs à faible revenu. Cette série de notes résume les résultats de l'examen systématique des recherches et des preuves existantes pour identifier ces approches dans le cadre du projet.



### Servir les consommateurs à faible revenu : l'opportunité commerciale et nutritionnelle

Les consommateurs à faible revenu représentent un vaste marché, estimé à 4 milliards de personnes dans le monde. Le régime alimentaire de nombreux consommateurs à faible revenu manque de diversité et de qualité alimentaires. Il existe une opportunité commerciale pour les entreprises privées d'aider à améliorer cette situation en fournissant des aliments sûrs et nutritifs qui répondent aux besoins des clients à un prix abordable, dans la mesure où cela est fait de manière rentable et financièrement durable pour l'entreprise.

## COMMENT ÇA MARCHE ?

Pour répondre aux besoins des consommateurs à faible revenu, les entreprises doivent souvent adapter leurs produits. Ceci est particulièrement important lorsqu'il s'agit de rendre les produits plus abordables.



Une façon de réduire les coûts consiste à identifier les produits qui sont actuellement gaspillés ou considérés comme de mauvaise qualité, mais qui ont une valeur inexploitée, et à exploiter cette valeur. Cela est possible en prenant des produits qui sont normalement des déchets ou considérés comme indésirables, puis en les présentant au client dans un format attrayant qui répond à ses exigences.

En prenant des aliments qui seraient autrement gaspillés et en les transformant en quelque chose qui peut être consommé, les entreprises peuvent être en mesure de créer un produit plus abordable, étant donné que l'ingrédient « déchet » est généralement disponible à moindre coût. Cette démarche peut également contribuer à réduire l'impact environnemental du système alimentaire grâce à la réduction des déchets.

Une alternative à l'utilisation de déchets serait de reconnaître que certaines parties d'un produit, bien qu'elles ne soient pas tout à fait des déchets, sont moins souhaitables pour la plupart des consommateurs. Celles-ci peuvent être séparées et vendues à moindre coût. Cela peut être fait pour des produits qui seraient normalement vendus entiers (par exemple, le poulet) ou pour lesquels seules les parties souhaitables seraient vendues tandis que les autres deviendraient des déchets ou serviraient à des utilisations non alimentaires.

## QUELQUES EXEMPLES

### Valoriser les déchets

#### Reybanpac Unidad de Lácteos, Équateur

Cette entreprise a utilisé du lactosérum, une protéine de haute qualité facilement digestible issue de la transformation du lait en fromage, pour créer un yaourt enrichi. Le lactosérum était auparavant déversé dans les rivières en grandes quantités et avec des effets négatifs sur l'environnement. Le produit est pasteurisé à ultra-haute température (de longue conservation), il est pauvre en sucre et destiné aux jeunes enfants à faible revenu.



#### Limpho Productos Alimentares, Mozambique

Ce transformateur utilisait des noix cassées qui ne seraient normalement pas vendues pour faire du beurre de noix. Il vise à utiliser une approche similaire pour créer des produits à base de farine de riz à partir de brisures de riz.

#### Kwanza Tukule, Kenya

Cette entreprise produisait et livrait des haricots précuits aux marchands ambulants. Elle avait également une approche intéressante en ce qui concerne la valorisation des déchets : elle utilisait les restes alimentaires des vendeurs-clients pour alimenter un biodigesteur, utilisé pour cuire les fèves. Cela a permis de réduire les coûts énergétiques et d'obtenir une énergie plus verte.

## QUELQUES EXEMPLES (suite)

### Pièces moins désirées

#### Éleveurs de poulet, Mozambique et Kenya

Il est courant que les éleveurs de poulet vendent les organes du poulet et d'autres chutes comme la peau, le cou et les pattes à bas prix tout en vendant la viande de poulet la plus recherchée (par exemple, poitrine, filets, pilons) aux prix du marché aux consommateurs plus riches. Une entreprise au Mozambique, par exemple, a vendu un paquet de cou, de foie et de cuisses de poulet pour moins de la moitié du prix unitaire d'un poulet entier.



#### MozAgri, Mozambique

Cette ferme caprine vendait de la viande de chèvre aux marchés urbains aux prix du marché alors que le « cinquième quart » (c'est-à-dire les morceaux d'une carcasse animale qui ne sont pas utilisés pour la production de viande, comme les abats, la peau, les pattes, les os et/ou la graisse) était vendu à la population rurale locale vivant autour de la ferme à des prix abordables.

## QU'EST-CE QU'UNE ENTREPRISE DEVRAIT PRENDRE EN CONSIDÉRATION ?

Dans la conception des produits, l'acceptabilité du client est essentielle. Celle-ci peut être obtenue par le biais d'un emballage attrayant, via le marketing et/ou l'éducation des consommateurs.

D'un point de vue nutritionnel, il est important que les ingrédients de rebut ou les parties moins désirées aient une valeur nutritionnelle élevée (ou qu'elles contribuent à produire des aliments hautement nutritifs en tant qu'éléments utiles qui ne servent pas d'ingrédients, comme le carburant).

Du point de vue de la sécurité alimentaire, il est important de traiter soigneusement les déchets et de comprendre leur origine et les risques potentiels dans la chaîne de valeur alimentaire afin de s'assurer qu'ils ne contiennent pas de dangers pour la sécurité alimentaire.



## MISE EN PLACE

La première étape pour un entrepreneur qui voudrait appliquer cette approche consiste à identifier soit un déchet qui pourrait être consommé, soit un produit dont certaines parties sont moins désirables que d'autres. Ensuite, il pourrait expérimenter différentes formulations afin de déterminer comment ces déchets pourraient être utilisés dans un produit alimentaire ou comment le produit pourrait être segmenté ; calculer les coûts entraînés par la création de ces produits (y compris l'emballage) et les comparer à la disposition à payer des clients ; concevoir des emballages appropriés ; et concevoir une stratégie pour commercialiser le nouveau produit auprès des clients, en abordant éventuellement les idées fausses liées au fait que le produit est un déchet ou qu'il est indésirable

### Pour en savoir plus :

Nordhagen, S, Demmler KM. 2023. How do food companies try to reach lower-income consumers, and do they succeed? Insights from a systematic review. *Global Food Security*. Doi: 10.1016/j.gfs.2023.100699.

Reybanpac Unidad de Lácteos. 2020. Brief: G20 Challenge on Inclusive Business Innovation. <https://www.inclusivebusiness.net/sites/default/files/2020-01/Reybanpac.pdf>

SBN. Octavio's Aspiration [Internet]. SUN Business Network (SBN). 2021 [cited 2022 Aug 11]. Available from: <https://www.sbn.lucidleaps.com/sbn-demo/stories/octavios-aspiration/>

SBN. Khadija's Innovative Idea [Internet]. SUN Business Network (SBN). 2021 [cited 2022 Aug 11]. Available from: <https://www.sbn.lucidleaps.com/sbn-demo/stories/khadjas-innovative-idea/>

MozAgri. 2023. Goat Production. <https://www.mozagri.com/index.php/blog/goat>

Bien que nous espérons que ceux-ci servent de conseils utiles et pratiques, les utilisateurs doivent toujours tenir compte des circonstances spécifiques à leur entreprise et à leur contexte lorsqu'ils envisagent d'adopter de telles approches – et s'assurer qu'elles sont utilisées dans le cadre d'un modèle commercial viable plus large. Notez également que les exemples cités proviennent de documents secondaires, et non des entreprises elles-mêmes, et peuvent ne pas être entièrement à jour.

Ce travail a été financé par le ministère néerlandais des Affaires étrangères



Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands