

De Yuka à l'anti-gaspi, Chronodrive accélère pour rendre la consommation responsable plus simple et accessible

Lutte contre le gaspillage alimentaire, développement de la consigne, repères pour une consommation plus éclairée, réduction de l'impact environnemental, insertion professionnelle et qualité de vie au travail : Chronodrive déploie sa démarche RSE sur l'ensemble de son activité. L'arrivée récente de Yuka dans son expérience de courses vient aujourd'hui compléter cet écosystème d'initiatives et illustre une même ambition : rendre une consommation plus responsable simple et accessible au quotidien.

Mieux choisir : donner davantage de repères aux consommateurs

Depuis quelques jours, Yuka a fait son entrée sur Chronodrive. Avec le filtre de recherche Score Yuka, les clients qui le souhaitent peuvent même réaliser l'intégralité de leurs courses en sélectionnant uniquement des produits notés « vert » sur Yuka.

Son intégration vient enrichir les filtres déjà proposés aux clients pour faciliter leurs choix au moment des courses. Végétal, sans gluten, Nutri-Score, produits disponibles en contenants consignés et désormais Yuka : autant de repères qui permettent aux consommateurs d'identifier plus facilement les produits correspondant à leurs attentes.

Cette démarche s'accompagne du **développement d'une offre plus responsable et de différents partenariats**, notamment avec **Le Fourgon pour la consigne** ou avec la **marque française de cosmétique certifiée bio Avril, dont Chronodrive est la seule enseigne de grande distribution à proposer les produits.**

« Chez Chronodrive, notre ambition est de donner à chacun la liberté de consommer comme il le souhaite, selon ses envies, ses besoins et son budget. Et parce que mieux consommer doit rester simple, nous voulons donner à nos clients les moyens de faire des choix plus éclairés, tout en agissant à notre niveau sur le gaspillage, le réemploi et l'inclusion. Pour nous, la RSE doit avant tout se traduire par des solutions concrètes et accessibles au quotidien. »

Charlotte Peutin, Directrice Commerciale et expérience client Chronodrive

Moins gaspiller : 76 % de la casse alimentaire revalorisée

Rendre la consommation plus responsable, c'est aussi agir sur ce qui n'est pas consommé. Chronodrive a déployé sa stratégie anti-gaspillage dans 100 % de ses magasins et **revalorise aujourd'hui 76 % de sa casse alimentaire.**

Plusieurs dispositifs complémentaires permettent d'agir avant que les produits ne deviennent des déchets, tout en faisant bénéficier les clients de prix réduits : les « **Paniers du Jour** » valorisent les fruits et légumes invendus, les **produits à DLC courte** sont remisés jusqu'à 50 %, puis les invendus peuvent intégrer les **paniers Too Good To Go**, proposés jusqu'à 70 % moins cher. En 2025, **916 308 paniers ont ainsi été sauvés du gaspillage** grâce à ce partenariat. Enfin, les produits pouvant encore être redistribués sont donnés aux Banques Alimentaires, associant lutte contre le gaspillage et solidarité.

Développer le réemploi avec la consigne

Depuis octobre 2024, Chronodrive développe son partenariat avec Le Fourgon pour faciliter l'accès à la consigne. Après deux magasins pilotes, le dispositif a été étendu à 25 magasins et poursuit son déploiement.

Avec **120 références consignées**, le service a déjà séduit plus de 41 000 clients. Depuis son lancement, **336 000 contenants ont été récupérés** pour être réemployés, permettant d'éviter, selon les estimations du partenariat, 125 tonnes de CO₂ et 26 tonnes de déchets.

Une flotte de livraison qui s'électrifie progressivement

Chronodrive poursuit également l'électrification de sa flotte interne de livraison à domicile, avec un parc qui continue de s'étoffer. Les **agglomérations de Lille, Bordeaux et Toulouse bénéficient déjà d'une couverture complète** en véhicules électriques.

L'enseigne s'appuie notamment sur **Goupil, constructeur français d'utilitaires électriques compacts conçus et fabriqués en France**. Plus silencieux et particulièrement adaptés aux déplacements urbains, ces véhicules permettent à Chronodrive de réduire l'impact environnemental de ses livraisons réalisées avec sa flotte interne.

Agir pour les collaborateurs et l'accès à l'emploi

L'engagement de Chronodrive passe aussi par le volet humain. 3e au niveau national dans la catégorie des entreprises de plus de 1 000 collaborateurs lors de sa première participation au classement **ChooseMyCompany**, l'enseigne a obtenu en 2026 le label Employees avec une médaille Platinum, plus haut niveau de reconnaissance.

Chronodrive agit également en faveur de l'insertion et de l'inclusion, à travers son partenariat avec le **Réseau E2C France – Écoles de la 2e Chance**, qui propose aux jeunes stages, immersions et découvertes métiers avec des opportunités d'alternance et de recrutement. L'enseigne déploie par ailleurs des partenariats avec des **ESAT**, notamment pour confier l'entretien des espaces verts de ses magasins à des personnes en situation de handicap.

A propos de Chronodrive

Pionnier du drive depuis 2004, Chronodrive combine le meilleur du supermarché en ligne et de l'hypermarché traditionnel : une appli et un site web intuitifs qui permettent de faire ses courses n'importe où, n'importe quand, tout en proposant une offre de plus de 10 000 références de marques nationales, MDD et produits consignés. Le but ? Faire gagner du temps aux clients et transformer la corvée des courses en un moment agréable et privilégié. 20 ans plus tard, cette idée novatrice anime toujours les 2 800 collaborateurs de l'entreprise. En 2025, au sein de leurs 56 drives, ont ainsi été délivrées 7 millions de commandes alliant marques nationales comme locales et promotions quotidiennes, et toujours avec le sourire ! Courses prêtes en moins de 30 minutes en drive ou livrées chez le client en moins de 2 heures, l'enseigne vise pour 2026 un chiffre d'affaires de plus de 500 millions d'euros et un NPS de plus de 84, en ligne avec sa nouvelle signature "Les courses, c'est fait".