



OPALE
OBSERVATOIRE
ÉCONOMIE
EMPLOI
INSERTION



**Emballages alimentaires
à emporter ou en
livraison : l'enjeu du
réemploi**

► Sommaire

Méthodologie et contexte	3
Les emballages, un marché particulier	5
La restauration à emporter et en livraison	8
La production	11
La distribution	20
L'utilisation ou la dernière transformation	28
Zoom sur le réemploi	39
Perspectives, enjeux et pistes d'action	42
Annexes	49



► Méthodologie et contexte

- ❑ Des initiatives locales émergentes sur le marché des emballages réemployables
- ❑ Un enjeu de passer à une logique filière en fédérant une diversité d'acteurs
- ❑ Une volonté de la part de la Métropole de Lyon de mieux connaître la filière et ses acteurs à travers une étude de l'Opale

Objectifs :

- Repérer les différents maillons de la chaîne de valeur et les acteurs locaux correspondants
- Identifier les gisements d'emballage à usage unique et leur potentiel de remplacement par des emballages réemployables
- Caractériser les besoins actuels et futurs des acteurs de la filière
- Identifier les freins et leviers des acteurs locaux pour favoriser le passage au réemploi



► Méthodologie et contexte

Méthode : une étude recentrée vers la restauration et la boulangerie

- Phase 1 (1^{er} semestre 2022) : connaissance du marché, de ses acteurs et des tendances nouvelles. Ces différents éléments ont permis de recentrer l'étude autour d'une thématique précise à approfondir : **la restauration à emporter et en livraison**. Outils : revue documentaire, quelques entretiens, revue de presse et documentaire.

► **Pourquoi la restauration et la boulangerie ?** L'alimentation concerne 81% des tonnages des emballages ménagers. Les activités de livraison sont en forte croissance depuis la crise sanitaire et le secteur est composé de nombreux acteurs de petite taille qui présentent un besoin d'accompagnement potentiellement plus fort.

- Phase 2 (2nd semestre 2022) : analyse plus approfondie sur **la restauration à emporter et en livraison**. Cette étape a permis d'identifier, maillon par maillon, les ordres de grandeur des gisements potentiels, les freins au passage au réemploi et les leviers d'action de la Métropole de Lyon. Outils : entretiens, revue de presse et documentaire

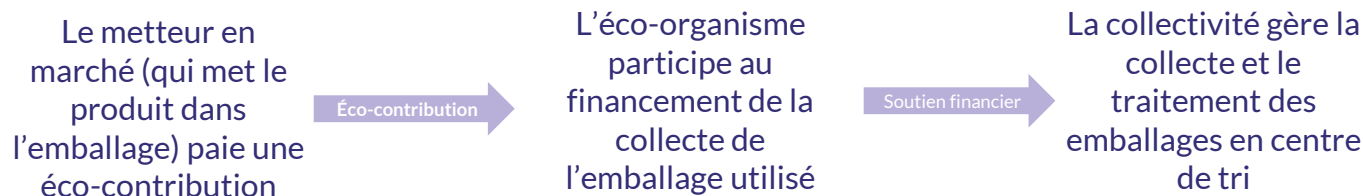




**Les emballages,
un marché
particulier**

► La gestion des emballages en France

- La responsabilité élargie du producteur (REP) : le principe du pollueur-payeur qui structure une partie du fonctionnement du marché des emballages



13 millions de tonnes d'emballages en France

5,3 Mt d'emballages ménagers en 2021 en France

Entre 104 000 et 116 000 tonnes dans la métropole de Lyon

- Un élargissement prévu de la REP à toutes les filières à l'horizon 2025 (loi AGEC), y compris la restauration (2023) et les emballages professionnels (2025)
- Les emballages ménagers : une filière REP historique qui sert de modèle au développement sur d'autres types de déchets
- Des éco-organismes chargés d'organiser le fonctionnement (collecte des éco-contributions, suivi de la filière, lien avec les collectivités...) comme Citeo, Adelphe ou Leko pour les emballages ménagers
- Entre 104 000 (Citeo) et 116 000 (Modecom) tonnes d'emballages produits dans la métropole de Lyon (essentiellement verre, plastique et papier/carton)



► Les emballages alimentaires, un gisement important

Le système alimentaire produit d'importants gisements d'emballages

- 81% des emballages ménagers* concernent l'alimentation, c'est-à-dire des produits d'épicerie, des produits frais et des boissons (*Ademe, Cartographie des couples produits emballages ménagers, 2021*)
- 1,7 million de tonnes d'emballages générés par la restauration en 2018, dont 20% d'emballages ménagers (emballages destinés à une consommation par un ménage), soit 325 000 tonnes (*Ademe, état des lieux des emballages liés à la restauration, 2022*)
 - Des informations parcellaires sur les 80% restants, générés par des producteurs, des grossistes et des restaurateurs

Les données manquent pour les activités de boulangerie

* *Emballage ménager* : toute forme de contenants ou de supports destinés à contenir un produit, en faciliter le transport ou la présentation à la vente de produits **consommés ou utilisés par les ménages** (article R543-54 du code de l'environnement)

81% des emballages ménagers sont liés à l'alimentation

La restauration génère 325 000 tonnes d'emballages ménagers en 2018

**Estimations basées sur des données Citeo, Ademe et Métropole de Lyon





La restauration à emporter et en livraison

► Restauration à emporter ou en livraison : les acteurs impliqués

Les acteurs de la restauration sont de plus en plus concernés par ces activités. Cette étude fait le choix d'explorer aussi les activités de boulangerie dont la chaîne de valeur et les emballages générés par l'activité à emporter sont très similaires.

Cette chaîne de valeur comporte trois maillons principaux :



- **La production** : elle concerne à la fois le monde agricole et celui de l'agroalimentaire. Les emballages émis dépendent de la nature du produit (viande, poisson, légumes...) et de la température qu'ils peuvent supporter (ambiant, frais, surgelé...). On parle d'emballages industriels et commerciaux.



- **La distribution** : ce maillon assure la fonction d'intermédiaire entre des producteurs ou premiers transformateurs et les utilisateurs finaux des produits (restaurants, boulangeries...). Ces acteurs ne sont pas metteurs en marché. Ils n'assurent généralement pas la fonction d'emballer, mais plutôt de logisticien : ils émettent donc peu d'emballages.



- **L'utilisation finale ou la dernière transformation** : ce sont les acteurs qui travaillent les produits avant la consommation finale (restaurateur, traiteur, boulanger...). Ils génèrent des emballages ménagers qui servent à protéger / présenter / transporter les produits finaux.

L'essor de la livraison de repas comporte une nouvelle typologie d'acteur : les plateformes de livraison. Si elles ne génèrent aucun emballage, leur activité a été moteur de la hausse de la demande en matière de livraison à domicile et des emballages qui vont avec. Depuis le 1^{er} juillet 2022, ces acteurs sont soumis à l'obligation de contribution à la REP emballages ménagers.

Cette étude se concentre sur la restauration commerciale : les activités de restauration collective, majoritairement consommées sur place, ne sont pas étudiées.

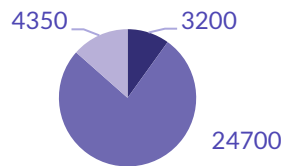


Restaurations à emporter ou en livraison : les acteurs impliqués

- Boulangers et restaurateurs sont implantés en proximité de la population : ils sont nombreux dans la métropole, répartis de manière diffuse
- Les grossistes sont largement présents dans le territoire métropolitain, à proximité de leurs clients
- Les producteurs, qui ont besoin de terres agricoles ou d'espaces de production, sont très peu nombreux dans le territoire : confirmation des constats du Projet alimentaire du territoire lyonnais (Patly)

Métropole de Lyon

Effectifs salariés



- Production ou première transformation
- Utilisation ou dernière transformation
- Distribution

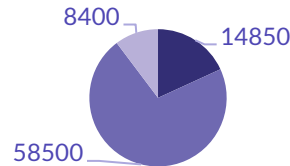
Effectif total : 32 300

Etablissements : 4 300

Sources : Urssaf employeurs 2021, Flores 2019

Patly

Effectifs salariés



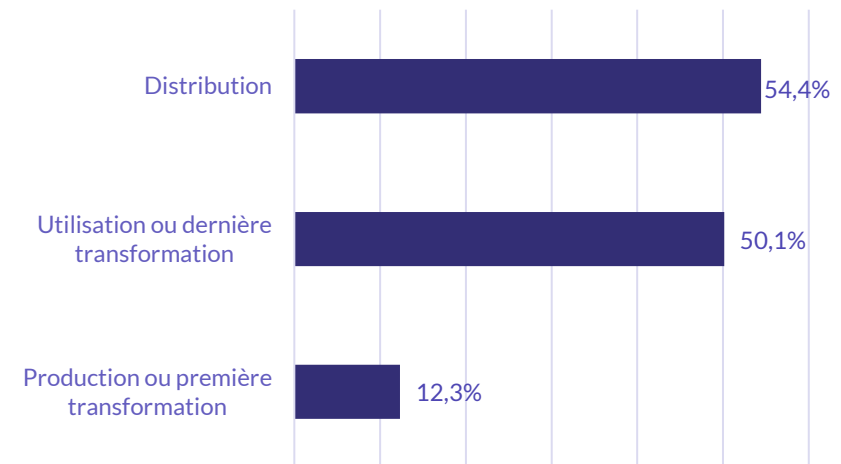
- Production ou première transformation
- Utilisation ou dernière transformation
- Distribution

Effectif total : 81 700

Etablissements : 10 200

Sources : Urssaf employeurs 2019, Flores 2019

Part des établissements métropolitains au sein du Patly



Précaution de lecture : ces chiffres sont des ordres de grandeur issus de la nomenclature d'activité, qui ne permet pas de détailler si un établissement est en lien avec des activités de vente à emporter ou de livraison. De plus, l'emploi agricole relève d'une méthodologie différente et est difficile à évaluer finement. Détails en annexe.





1. La production



► Les producteurs : le monde agricole et agroalimentaire

Qui sont les producteurs* ? Ce sont à la fois le monde agricole et le monde agroalimentaire. Ils sont plébiscités par le monde de la restauration et des boulangeries lorsqu'ils se positionnent en proximité et sur des produits de qualité. Ils sont de taille et d'activité très variables. *Faute de pouvoir identifier précisément quels producteurs alimentent spécifiquement les boulangeries et les restaurants, cette étude englobe tous les producteurs sans distinction*

Que vendent les producteurs ?

- Aux restaurants, les producteurs vendent en direct des produits transformés issus de l'élevage (principalement de la viande) et des produits végétaux (transformés ou non)
- Aux boulangeries, les producteurs vendent en direct des ingrédients de base (farine, levures...), et des produits issus de l'élevage transformés ou non (œufs, lait, mais aussi viandes)
- La part de vente directe demeure marginale, les producteurs se tournent d'abord vers des distributeurs BtoB ou BtoC

A savoir : on distingue les gros producteurs, qui fournissent les grossistes, et les petits qui fonctionnent plutôt sur de l'achat direct. L'Ademe considère que la quasi-totalité des producteurs adressent à la fois le marché de la restauration et celui du commerce (que ce soit en gros, en direct, au détail...)

** On considère ici comme producteur tout metteur en marché (acteur qui met le produit à l'intérieur de l'emballage) dont au moins une partie de l'activité est de fournir des matières premières alimentaires à des restaurants ou des boulangeries*



▶ Peu de producteurs à l'intérieur de la métropole de Lyon

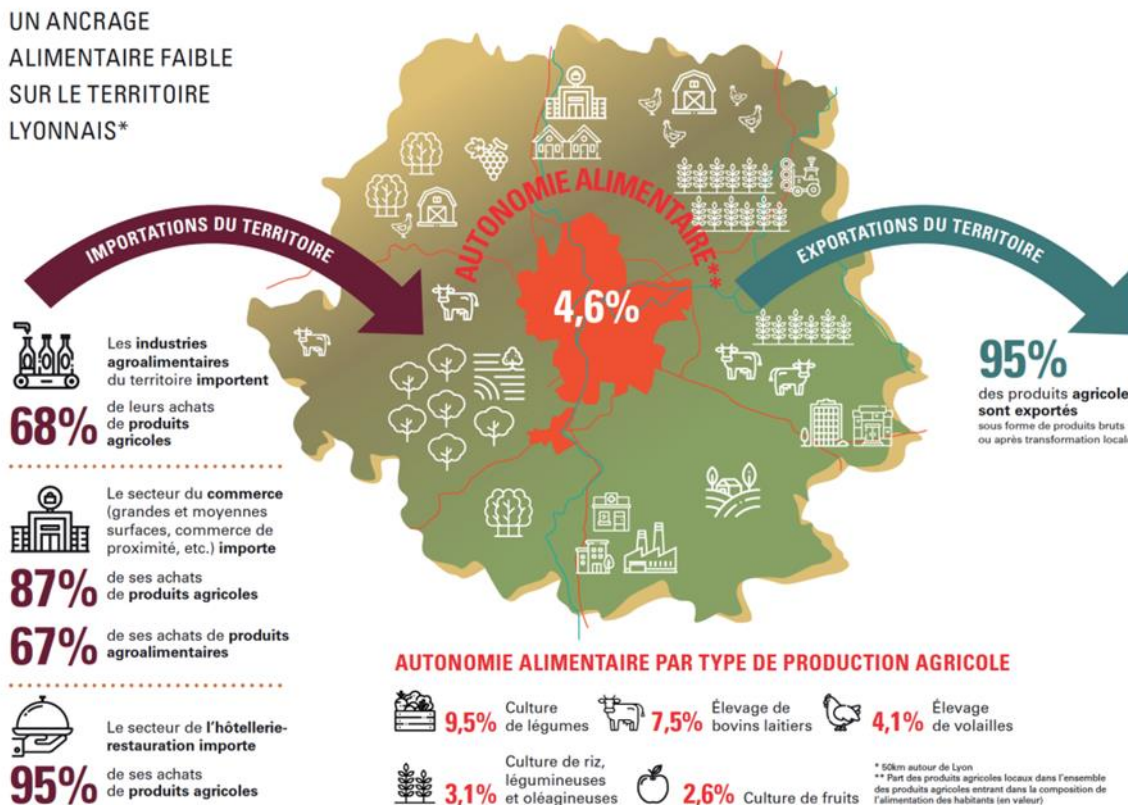
Où sont les producteurs ? La métropole de Lyon est un territoire trop urbanisé pour pouvoir prétendre à produire de manière interne la nourriture nécessaire à sa population. Elle s'est donc lancée dans une démarche de projet alimentaire territorial : le Patly. Il propose une stratégie alimentaire élaborée avec 250 partenaires du territoire, et a pour objectif d'assurer l'accès à tous à une alimentation de qualité, saine et plus locale.

Le périmètre sélectionné s'étend sur 50 km autour de Lyon : cette échelle permettrait en théorie de couvrir 93% de la consommation alimentaire des habitants.

La partie « productive » de cette étude s'intéresse donc à ce périmètre de travail au même titre qu'au périmètre de la métropole de Lyon.

Des producteurs situés à l'extérieur du territoire métropolitain

UN ANCRAGE ALIMENTAIRE FAIBLE SUR LE TERRITOIRE LYONNAIS*



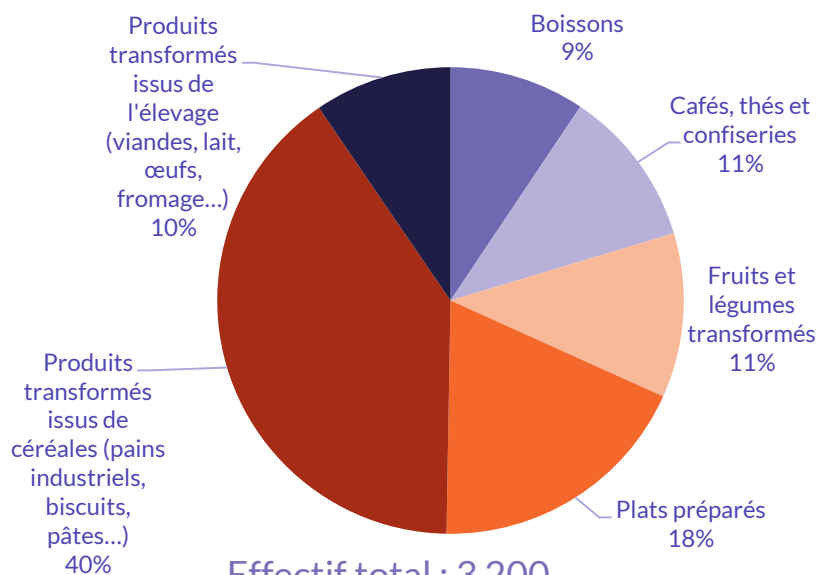
► Observer les producteurs à travers l'échelle du Patly

Combien sont-ils ? On compte 280 producteurs dans la métropole de Lyon. Ils fabriquent d'abord des produits transformés issus de céréales (35% des effectifs des producteurs). L'activité productive métropolitaine représente 22% des effectifs productifs du Patly.

Les travaux liés au Patly montre que l'échelle métropolitaine n'est pas pertinente pour évoquer la production alimentaire du territoire. L'échelle Patly permet d'atteindre une masse critique susceptible de répondre aux besoins locaux.

Effectifs salariés des producteurs

Métropole de Lyon

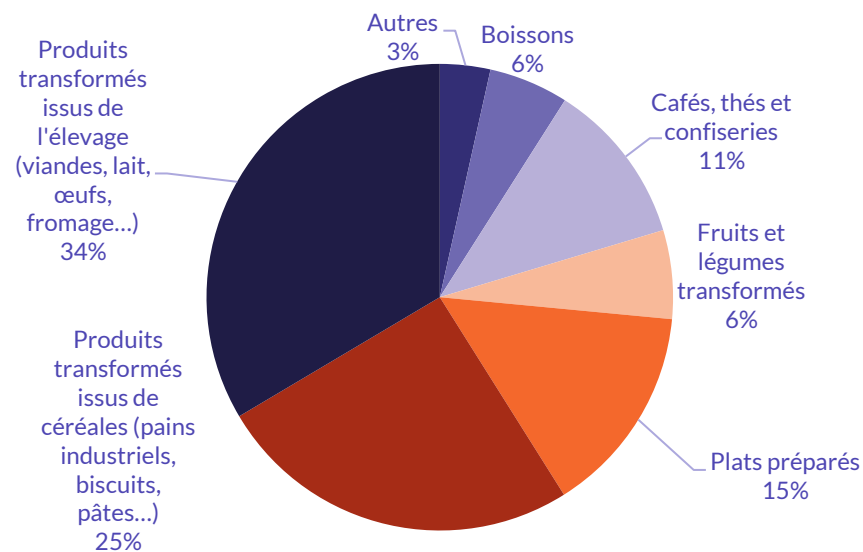


Effectif total : 3 200

Etablissements : 280

Sources : Urssaf employeurs 2021, Flores 2019

Patly



Effectif total : 14 840

Etablissements : 2 230

Sources : Urssaf employeurs 2021, Flores 2019



► Une grande diversité d’emballages employés

- La typologie d’emballages des producteurs dépend du type de produit (boissons ou nourriture) ou du mode de conservation (frais, sec, surgelé...)
- La majorité des emballages utilisés par les producteurs n’est pas soumise à la REP emballages ménagers
- Ces acteurs produisent des Emballages industriels et commerciaux (EIC) qui seront soumis à la REP restauration au 1^{er} janvier 2023 (pour la partie de leur production destinée à la restauration)
- La faible part des circuits courts est un frein important à la mise en place d’un système de réemploi, qui se construit pour l’instant dans une logique de proximité
- Le premier matériau utilisé pour les emballages est le verre, largement devant le plastique
- Les producteurs génèrent des emballages primaires (celui qui est directement en contact avec le produit) et secondaires (celui qui regroupe plusieurs emballages primaires pour former un lot)
- En France, les producteurs émettent 812 000 tonnes d’emballages primaires à usage unique à destination de la restauration en 2018. Le verre représente plus de la moitié des tonnages.

Recours à une grande diversité d’emballages

812 000 tonnes d’emballages primaires à usage unique émis en France en 2018

La faible part des circuits courts : un frein au développement du réemploi des emballages



► Un recours à l'usage unique qui reste la norme

- Le réemploi existe déjà pour une partie des producteurs :
 - au niveau national, pour certaines typologies de produits, en particulier les boissons (bouteilles, fûts, cagettes plastique, palettes, big bags...) avec parfois d'importants volumes concernés ;
 - au niveau local, avec certains acteurs qui se démarquent avec une offre locale et écoresponsable. Cette dimension locale facilite la pratique du réemploi.
- Le recours à l'usage unique reste la norme pour de nombreux produits, par exemple pour les fruits et légumes (cagettes en bois) alors que des alternatives réutilisables existent (exemple : Pandobac)
- Pour ces acteurs, le passage au réemploi suppose des investissements (parfois massifs) dans la ligne de production

Les producteurs pratiquent déjà le réemploi au niveau national :

- Bouteilles en verre
- Fûts
- Palettes

Mais l'usage unique reste la norme en termes d'emballages



► L'exemple de Provol & Lachenal



- Entreprise de transformation de viande à destination de la restauration et du snacking
 - 25 salariés
 - Chiffre d'affaires : 7 M€
 - Clientèle de grossistes / distributeurs (75% du CA) et d'industriels

 - Pratiques en matière d'emballage :
 - Principalement du plastique
 - Peu d'emballages (fonction principale : protection et information produit ; pas de dimension marketing)
- « On est à l'inverse de la grande surface : on ne suremballe pas. Notre emballage sert à apporter une sécurité alimentaire aux clients, et c'est tout. »*
- Emballage primaire : poche plastique
 - Emballages secondaires et tertiaires : réception par palbox réemployables (caisses plastiques) avec films plastiques et puis expédition en cartons posés sur des palettes consignées
- D'après Provol & Lachenal, le maillon du grossiste a peu d'impact sur l'emballage :

« Notre grossiste reçoit nos palettes, il les dépose et envoie la bonne quantité. Il n'emballage pas. »
-
- Les freins au réemploi peuvent être de nature technique et liés à une incompatibilité avec les modes de production. Ici, l'entreprise produit directement dans un sac plastique sous-vide qu'elle fait cuire à basse température : l'emballage à usage unique est une partie centrale du process

« Dès qu'on pourra passer à l'emballage réemployable, on le fera. Mais pour l'instant, on n'a pas trouvé de matière qui convienne. »



► Une massification du réemploi incompatible avec une production « déterritorialisée »

- On trouve peu de producteurs dans le territoire métropolitain : le périmètre du Projet alimentaire du territoire lyonnais (Patly) paraît plus pertinent (50 km autour de Lyon) pour les appréhender
- Les études liées au Patly montrent qu'on retrouve peu de produits locaux dans les achats des professionnels de la restauration et 95% de la production locale est exportée. La donnée équivalente n'existe pas pour les boulangeries
- Les industriels de l'agroalimentaire du territoire eux-mêmes importent 68% de leurs produits agricoles
- Le Patly se fixe comme objectif de reterritorialiser les filières et d'atteindre une autonomie alimentaire de 15% à l'horizon 2030 (4,6% actuellement)
- La vente directe représente une faible part de l'activité des producteurs (à l'exception des meuneries)
- Les producteurs sont souvent des « metteurs en marché » : c'est souvent eux qui font le choix final de l'emballage
- Les boucles de réemploi se font surtout en circuit court : ce modèle « déterritorialisé » est peu compatible avec le réemploi

Des boucles de réemploi d'abord pertinentes à l'échelle locale

Une production locale largement déterritorialisée, à l'import comme à l'export

Une dimension réemploi à intégrer dans les politiques de reterritorialisation (Patly)





► Synthèse : la production

La situation du territoire

- Production métropolitaine trop faible pour subvenir aux besoins locaux : nécessité d'impliquer les territoires voisins dans les réflexions (le périmètre Patly semble être le périmètre pertinent)
- Plus de 2 200 établissements producteurs dans le Patly (280 dans la métropole de Lyon)
- En fonction du produit, les producteurs ont recours à une large diversité d'emballages
- Le recours à l'usage unique reste la norme
- Part des circuits courts faible

Les enjeux liés au réemploi

- Le producteur est le « metteur en marché » : c'est lui qui est responsable de l'emballage utilisé
- Le réemploi est déjà pratiqué pour l'emballage de certains produits (boissons, farines)
- Un passage au réemploi qui implique parfois d'importants investissements
- Quelques acteurs à l'offre locale et écoresponsable pour lesquels le passage au réemploi paraît plus facile
- Des boucles de réemploi qui se pensent d'abord en circuit court, et qui sont difficilement compatibles avec une production largement déterritorialisée





2. La distribution

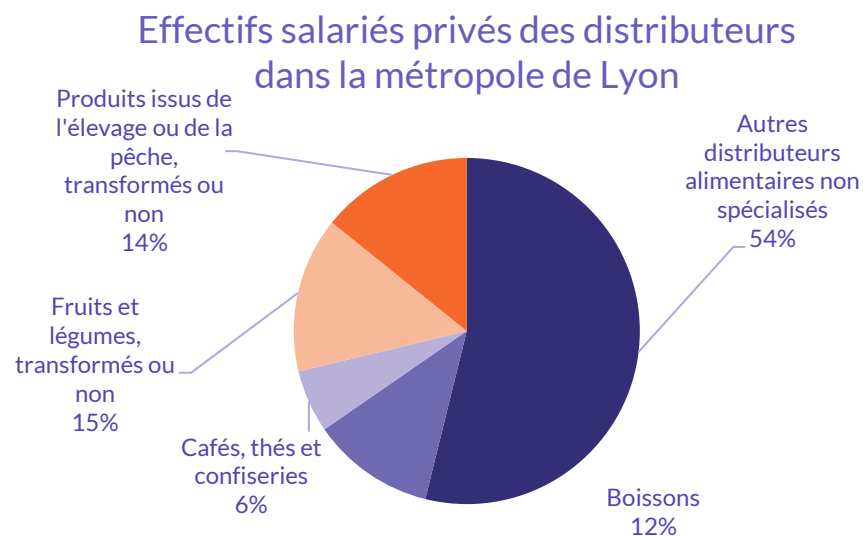


► Les distributeurs : un secteur concentré

Qui sont les distributeurs* ? Ce sont des acteurs, producteurs ou non, dont l'activité principale est de réaliser de l'achat / revente en gros volumes. Ils sont plébiscités par le monde de la restauration et des boulangeries car ils proposent une large gamme de produits à des prix concurrentiels. Le marché des grossistes est très concentré, à l'exception des grossistes spécialisés en produits frais. On distingue deux types de grossistes : les grossistes *full line* (toute gamme) et les grossistes spécialisés dans une gamme (lait, viande, végétal...) ou une technologie (frais, surgelés...).

Combien sont-ils ? On compte 260 distributeurs dans la métropole de Lyon* ils sont principalement non spécialisés (54% des effectifs)

Effectif total : 4 350
Etablissements : 260
Sources : Urssaf employeurs 2021



*Les activités de distribution en cash & carry (libre service) ne sont pas prises en compte



► Les grossistes, des acteurs incontournables

Que vendent les distributeurs ? Avec leurs nombreuses références, les distributeurs sont en capacité de proposer la totalité des produits nécessaires aux activités de restauration et de boulangerie.

- Pour la restauration : ils sont incontournables, notamment pour l'achat de boissons. Ils représentent 40% des achats dans la restauration commerciale indépendante et 50% pour la restauration commerciale en chaîne.
- Pour les boulangeries : ils occupent une place légèrement moins prépondérante pour les boulangeries, notamment en ce qui concerne le premier poste de dépenses : l'achat de farine. Pour le reste des dépenses, ils demeurent la première source de distribution.

Chiffre d'affaires national pour la restauration : 13,26 milliards € pour l'alimentaire et 3,89 milliards € pour les boissons

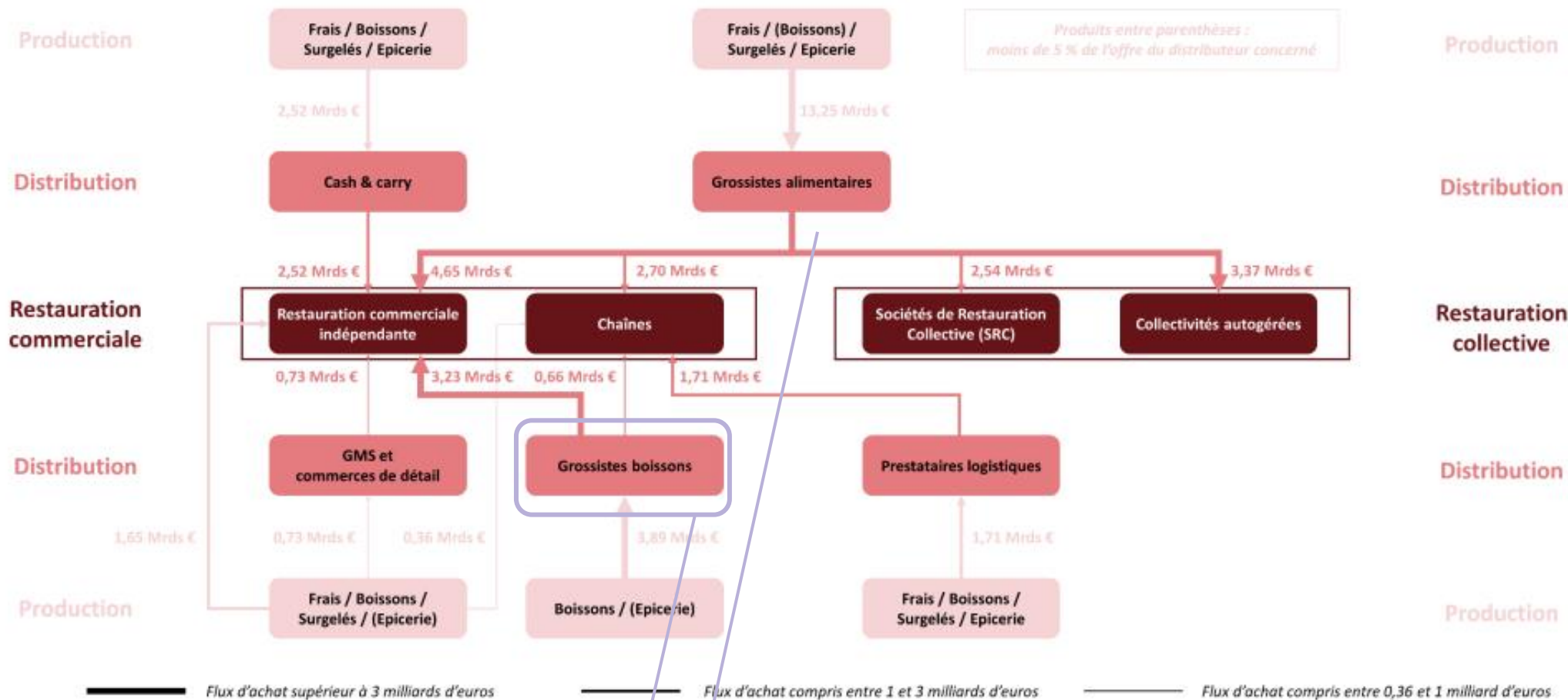
Un marché concentré avec des acteurs parfois incontournables

Une exception notable pour les boulangeries, avec des achats de farine souvent réalisés en direct



► Les grossistes prépondérants dans la restauration...

Schéma des circuits dominants d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective



Les grossistes, des acteurs incontournables dans la restauration

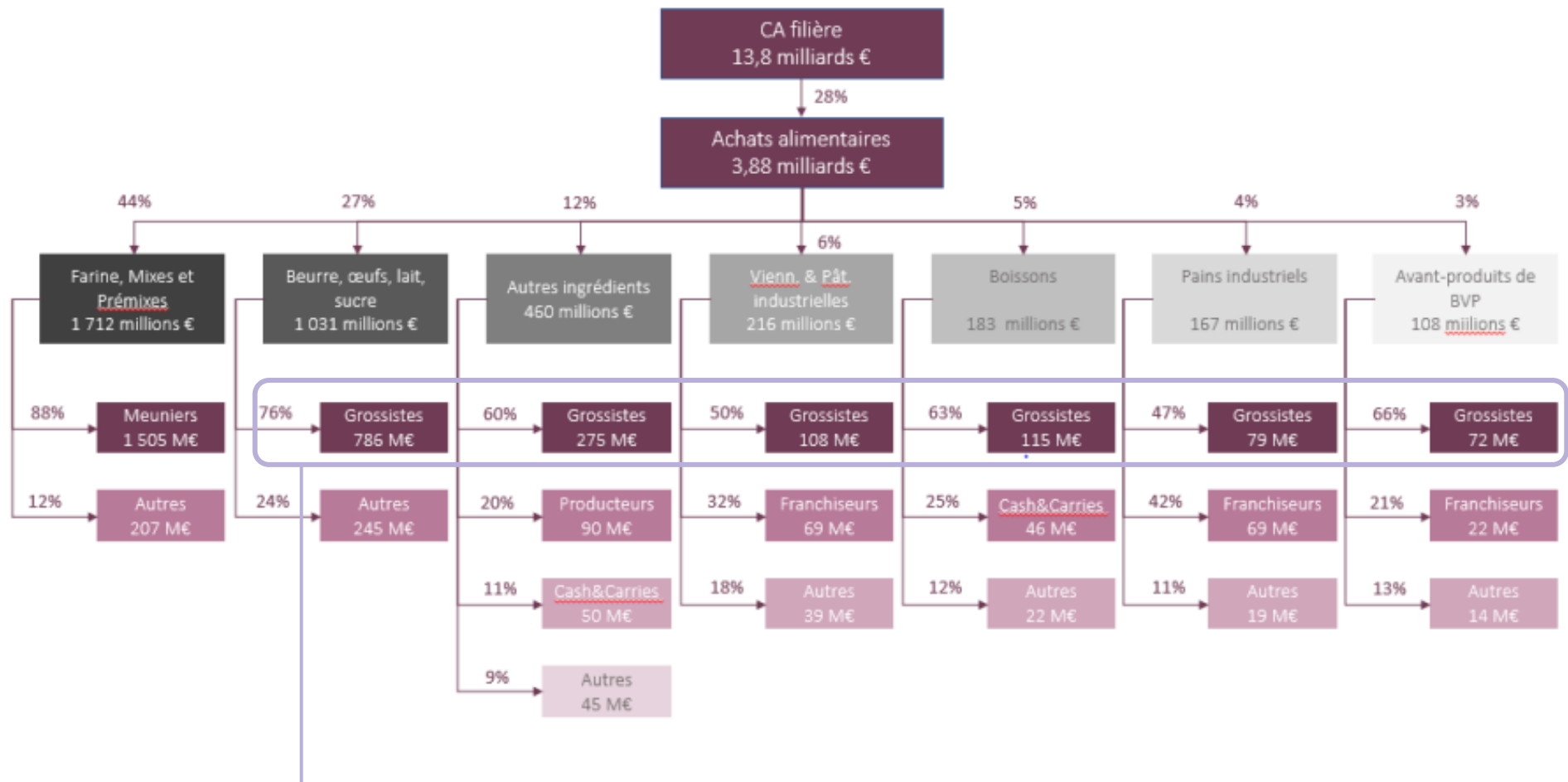
Source : Ademe, Etat des lieux des emballages liés à la restauration, 2021



► ... et dans la boulangerie

Poids des différents circuits d'approvisionnement – matières premières utilisées en boulangerie

Sources : Agrex Consulting – D'après enquête auprès des professionnels, CNBPF, ANMF.



Les grossistes, des acteurs incontournables dans la boulangerie

Source : France AgriMer, 2022



▶ La faible marge de manœuvre des distributeurs sur les emballages

Le cœur de l'activité des grossistes est l'achat-revente : **ils n'ont pas la main sur l'emballage *primaire* des produits**, celui directement en contact avec le produit.

Ils ont en revanche la main sur les emballages dits secondaires et tertiaires :

- Les emballages secondaires sont les emballages qui regroupent les emballages primaires pour faciliter leur manipulation. Ils sont parfois manipulés et reconditionnés par les grossistes pour livrer la bonne quantité. Les emballages à usage unique sont essentiellement des cartons et des cagettes pour les fruits et légumes.
- Les emballages tertiaires : ce sont des emballages de transport, qui regroupent une grande quantité d'emballages secondaires pour faciliter la logistique. Ce sont essentiellement des palettes et les films plastiques qui les entourent. La pratique du réemploi est déjà largement répandue avec les palettes.

Au total, ce sont 636 000 tonnes d'emballages secondaires et tertiaires à usage unique qui sont générées par la restauration chaque année, soit 32% du total des emballages à usage unique utilisés par la restauration. C'est essentiellement du carton (87% des tonnages).

Un maillon majeur du secteur, mais qui a peu d'impact sur les pratiques en emballages



► L'exemple du groupe Ducreux



Le groupe Ducreux (Beauvallon, anciennement Sainte-Consoce) est l'un des principaux acteurs régionaux du négoce de produits alimentaires spécialisés dans les produits de boulangerie (80% des 42,7 M€ du CA)

- Pas de pratique du réemploi, mais un positionnement récent sur le biodégradable pour la partie emballages vendus aux boulangeries
- Emballages utilisés : surtout carton et plastique à usage unique
- N'a pas la main sur les emballages des produits utilisés

« On ne réemballe pas nos produits, on n'a pas la main sur l'emballage »

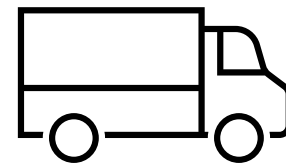
« On me livre le beurre dans de l'aluminium, s'il fallait réemballer ce serait compliqué »

- L'emballer, ou « metteur en marché » est le maillon où le choix de type d'emballage est fait
« La question des emballages, il faut voir ça avec les industriels »

« On livre en gros, c'est difficile d'imaginer du réemploi. Sur les fruits et légumes ça paraît plus simple »

- Incompatibilité entre les process de production des clients-boulangers de Ducreux et le recours au réemploi ?
« Nos clients préparent leurs produits en amont, leurs sandwiches sont déjà emballés quand le client les commandent car c'est plus rapide et ça prend peu de place »





► Synthèse : la distribution

La situation du territoire

- Place prépondérante au sein du marché local comme national : les distributeurs sont incontournables
- Marché très concentré, en particulier sur la boisson (trois acteurs principaux en France)
- 260 établissements distributeurs dans la métropole de Lyon
- Seul produit pour lequel ils ne sont pas prépondérants : l'achat de farine, pour lequel les boulangers fonctionnent souvent en direct

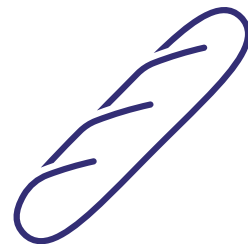
Les enjeux liés au réemploi

- Le distributeur n'a pas la main sur l'emballage dit primaire
- Il joue un rôle sur les emballages liés à son activité logistique (dits secondaires ou tertiaires)
- Pratique du réemploi déjà largement installée concernant les palettes





3. L'utilisation ou la dernière transformation

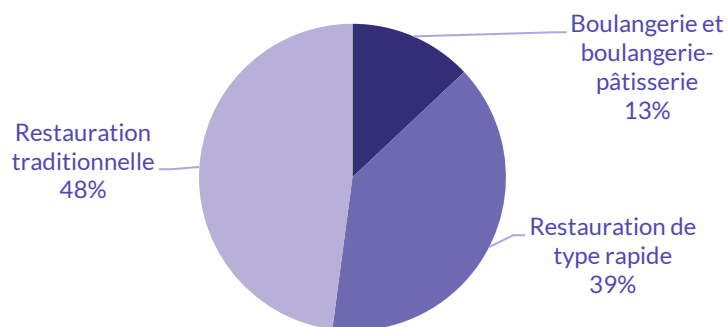


► La restauration à emporter ou en livraison

Qui sont les derniers transformateurs ? Ce sont les acteurs qui réalisent la dernière transformation du produit avant sa vente au consommateur final. Ce sont donc les restaurateurs et les boulangeries qui pratiquent des activités de vente à emporter ou de livraison. C'est le dernier maillon de la chaîne de valeur. Ils sont de taille très variable, même si l'on trouve de nombreux acteurs de petite taille.

Combien sont-ils ? On compte près de 460 boulangeries dans la métropole de Lyon, 1 350 établissements de restauration rapide et plus de 1 900 restaurants traditionnels. Pour les deux premiers, on peut considérer que la pratique de la vente à emporter est largement répandue, ce qui n'est pas le cas pour les restaurants traditionnels. Les tailles d'établissements sont très variables, les grandes chaînes de restauration rapide concentrent les plus gros établissements.

Emploi des établissements susceptibles de pratiquer la restauration à emporter ou en livraison



Pour tenter d'évaluer la part des restaurants traditionnels pratiquant de la vente à emporter ou de la livraison, un tri a été effectué sur les 300 restaurants traditionnels les plus importants de la métropole : **47% pratiquent de la vente à emporter ou de la livraison.**

Effectif total : 24 700

Source : AcoSS-Urssaf, 2021

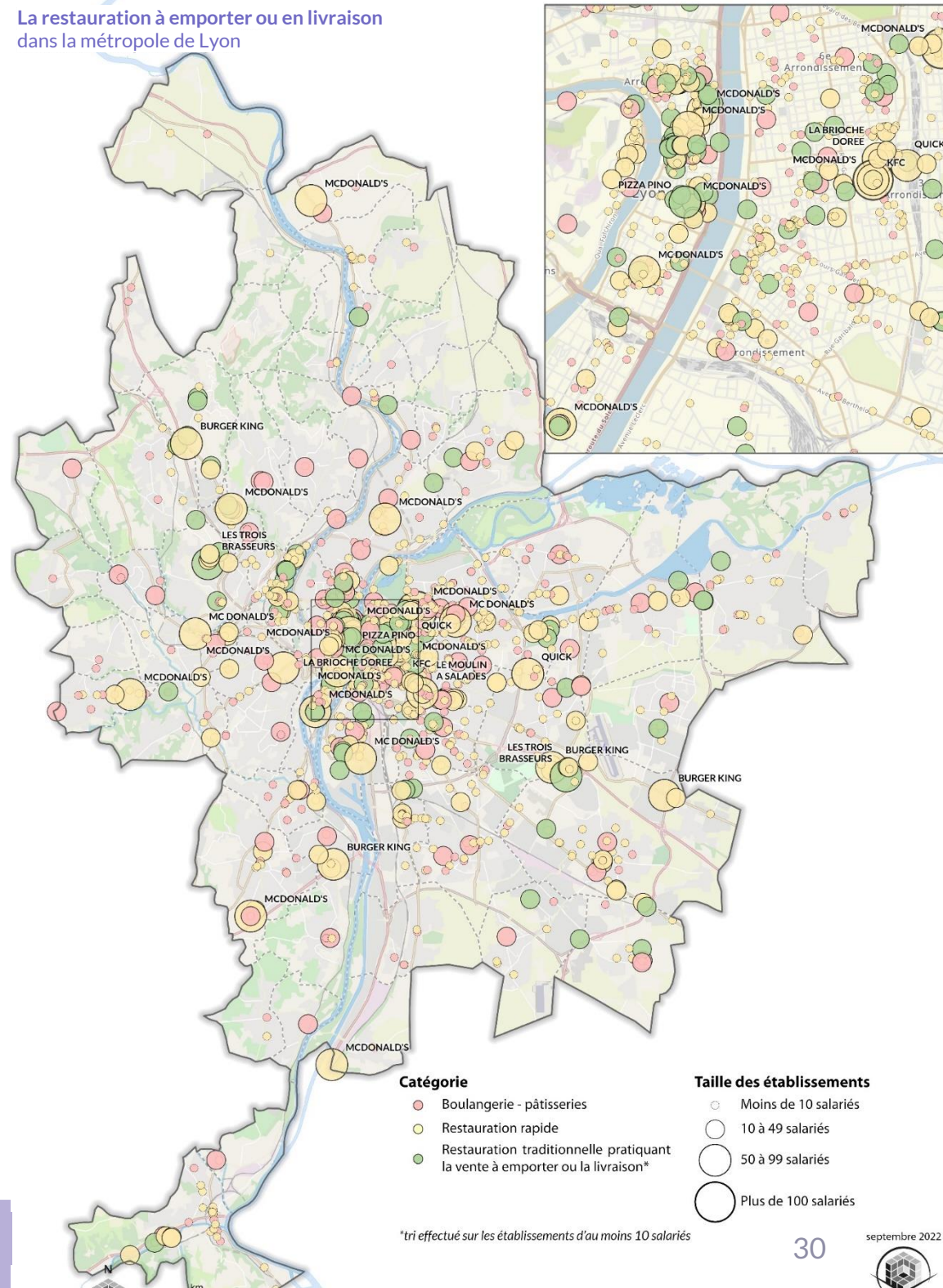


Des acteurs qui se positionnent en proximité des bassins de vie et des axes de circulation

Où sont-ils ? Sans surprise, les pratiques de vente à emporter (VAE) ou de livraison se retrouvent surtout en centralité et le long des grands axes routiers.

Concernant la restauration traditionnelle, le recours aux pratiques de VAE ou de livraison varie selon :


- la typologie de cuisine du restaurant (gastronomique, italienne, bistrot, viande...),
- le positionnement géographique de l'établissement (centralité ou non, zone piétonne, zone périurbaine...),
- son positionnement marketing (premium, étoilé, restauration du quotidien...)



► Une grande diversité de production

Que vendent les derniers transformateurs ? On retrouve une très grande diversité des produits vendus, dont le seul point commun est de proposer du frais (proximité de la DLC) et des boissons.

- Les restaurants : concernant la livraison, les principaux plats commandés sont la pizza, le burger et le japonais (Ifop). Le marché est en pleine croissance (+47% entre 2018 et 2020). Certains segments, comme la restauration rapide, affichent une part importante de leur chiffre d'affaires en livraison (jusqu'à 35%). Les données manquent pour évaluer les pratiques à emporter.
- Les boulangeries : les boulangeries pâtisseries vendent avant tout du pain (30 à 45% des ventes), des viennoiseries et des pâtisseries (20%). Concernant la vente à emporter et la partie « snacking », on retrouve d'abord des sandwichs baguette, des quiches, pizzas et boissons fraîches. Le modèle économique des boulangeries est en évolution, avec une baisse de la consommation moyenne de pain qui est compensée par une hausse des offres snacking (95% des établissements les proposent et elles représentaient 15 à 35% des ventes en 2021). Les établissements vendent en moyenne 200 formules repas par semaine. Les ventes se font de plus en plus en ligne, avec des boulangers qui ont étoffé leur offre numérique depuis la crise sanitaire.



Des pratiques de livraison en hausse



Offres snacking en croissance dans les boulangeries



► L'exemple de Ninkasi



- Lieux de brassage, bar à bière, café-concert et restaurant de burgers
- Forte dimension éco-responsable : produits locaux, travaux sur l'impact des activités
- Vaisselle réemployable sur place (contrairement à la plupart des chaînes de burgers)
- Assez peu d'activité à emporter : 5 à 10% de l'activité selon les établissements
- Emballage jetable pour l'activité à emporter : *« 82% de ces emballages sont recyclables »*

- Ninkasi est en train d'analyser les avantages et les inconvénients de la consigne. La solution proposée par Pyxo (startup spécialisée dans la consigne) est intéressante et fait partie des pistes de réflexion à l'étude.

« Nous réfléchissons à la balance économique en intégrant la forme des boîtes qui doivent être adaptées à notre gamme tout comme leur stockage dans les établissements »

« Le premier achat est conséquent mais c'est amortissable »

Sur le retour consigne du client *« Ça va dépendre des clients. Certains sont prêts, mais nos établissements ont des clientèles différentes et ça peut varier selon les établissements, les quartiers et les villes »*

Sur le coût du réemploi, *« certains clients ont déjà adopté l'usage de la consigne mais cela va demander de la pédagogie pour les autres »*

Sur les emballages industriels et commerciaux, au-delà des pratiques et matières utilisées, *« il faut aussi s'intéresser au conditionnement et limiter les petites portions »*



► L'exemple de Chez Jules

- Réseau local de sept boulangeries artisanales créé à Lyon
- Sept magasins à Lyon ou en périphérie
- CA consolidé : 8 M€
- 36% du CA se fait entre 12h et 13h30 sur le rayon sandwich
- Le passage à des emballages plus écologiques est coûteux : il fait passer de 2% à 3,5% du CA le coût de l'emballage entre 2020 et 2021
- Emballages industriels et commerciaux : *« on reçoit nos farines dans des sacs non réutilisables mais recyclables ou compostables »*
- Prise en compte croissante de la problématique emballage au sein de l'entreprise : création du groupe RSE « Le Bon Jules » en 2018 pour travailler sur la réduction des emballages

« On sait qu'on utilise beaucoup d'emballages.

On travaille avec une entreprise sur le recyclable ou le biodégradable »

« Nos fournisseurs ont signé notre charte leur imposant de ne pas nous livrer en carton mais en cagettes réutilisables »

Sur le réemploi :

« On se questionne sur le réemploi, on a rencontré Dabba.

Ça paraît faisable de proposer un contenant réemployable. »

« On n'a pas de lavage sur place, c'était notre frein principal »

« On sait qu'on s'y retrouverait en termes de coûts avec le réutilisable. »

« Le problème de l'hygiène peut aussi être inquiétant »

- Sur le stockage et le lavage, *« dans certains magasins, on n'a pas de place du tout. »*

- Sur l'acceptation client *« ça va être une petite proportion au début, mais les mœurs évoluent vite, le réemploi va peut-être devenir la norme »*

« On n'est pas là pour éduquer le client, ça peut faire donneur de leçon et ce n'est pas notre but »



► L'exemple des Burgers de Papa



- Chaîne de burgers fondée à Lyon, les Burgers de Papa sont largement implantés au niveau local avec six établissements
- Chaîne de franchise (+ de 45 restaurants en France)
- Les burgers représentent 90% du chiffre d'affaires (CA août 2022 : 2,1 M€)
- Offre omnicanale (sur place, livraison, VAE) mais surtout en livraison (55% de l'activité)
- 66 000 livraisons par an, avec autant d'emballages et entre 30 000 et 40 000 sacs de livraison. Le coût unitaire de l'emballage est de trois centimes
- Approvisionnement en direct (pommes de terre, viande, pains) mais très peu de réemploi sur les emballages B2B

- La crise sanitaire a accéléré la consommation à distance, avec ponctuellement une hausse de 300% : *« le sur place a fondu comme neige au soleil au profit de la livraison »*

- Un passage au réemploi en préparation pour la consommation sur place, qui implique du *sourcing* (travail de recherche de fournisseurs) pour avoir des produits personnalisables et résistants. Le lavage se fait sur place lorsque c'est possible, sinon les franchisés doivent trouver une offre de lavage.

« Les grandes chaînes comme McDonald's donnent la tendance sur ces questions d'emballage »

- Un fort scepticisme sur la massification du recours au réemploi :
 - « Un fonctionnement externalisé n'est pas compatible avec nos volumes, les coûts sont très importants. Ça nécessiterait parfois deux rotations par jour »*

« Le réemploi en livraison ? C'est impossible. Sur la vente à emporter, on va expérimenter »

« Le réemploi ne fonctionnera pas sans contrainte forte, c'est un centre de coût important »



► L'exemple de Bioburger



- Chaîne de burgers fondée à Paris avec un axe éco-responsable : emballages compostables, seule chaîne volontaire pour expérimenter le réemploi avec les plateformes de livraison...
- Récemment implantée à Lyon. Chiffre d'affaires : 1,2 M€ pour le restaurant de Part-Dieu.
- Gisements : 68 000 commandes par an : 60% sur place, 30% en livraison, 10% à emporter, soit 350 commandes en livraison par semaine.

- Sur le positionnement des acteurs sur la question des emballages, un acteur semble donner la tendance :

« McDonald's est très avancée sur la question des emballages. Ils sont très attentifs aux évolutions réglementaires »

- Sur le passage au réemploi pour la consommation sur place :

« Finalement, le passage à la vaisselle réemployable n'est pas insurmontable. Il représente de la main d'œuvre en plus, et quelques investissements. En revanche, le stockage est un peu plus complexe, ça prend beaucoup de place. »

- Sur le passage au réemploi en livraison :

« La chaîne a testé la consigne à Paris. Les retours étaient très positifs, même si les coûts sont élevés, notamment l'achat des premières boîtes. Les clients étaient ravis. »

- Limites identifiées : moindre qualité des produits (refroidis, écrasés...), questionnements sur le volontarisme des clients à ramener les contenants sur le long terme

Sur les gisements d'emballages industriels et commerciaux :

« Ce qu'on reçoit est suremballé, le nombre de cartons est très important. Mais on a peu de latitude sur les achats, on passe par la centrale. »

Opinion favorable sur un réemploi plutôt « faisable » mais besoin de standardiser les choses



► Un recours à l'usage unique qui reste la norme

Quels emballages utilisent les derniers transformateurs ? On constate une grande diversité de pratiques d'emballages, qui dépendent notamment du type de produit vendu : taille, poids, forme, chaud ou froid...

Le recours au papier – carton ainsi qu'au plastique est fréquent. Pour un certain nombre d'acteurs, la transition vers le papier – carton s'est faite récemment, en particulier à travers l'interdiction du polystyrène en 2021. Cette évolution a nécessité un effort de recherche de fournisseur qui répond aux besoins spécifiques de chaque établissement.

Les critères de choix des emballages sont avant tout **la praticité pour l'établissement** et **pour le client, sa capacité à protéger le contenu** (chaleur, forme) et **son prix**. D'autres éléments importants entrent en compte, comme l'apparence ou le fait pour l'emballage de pouvoir afficher les couleurs de l'établissement.

Il faut distinguer l'emballage du produit de l'emballage du transport. Ces emballages relèvent de la REP emballages ménagers puisqu'ils sont consommés par les ménages. L'Ademe considère qu'ils représentent près de 300 000 tonnes pour la restauration seulement. Parmi eux, 241 000 tonnes sont des emballages reçus vides et remplis en direct par le commerçant (carton de pizza, barquette plastique...).

Enfin, la question des boissons est particulière. La plupart du temps, le restaurateur n'est pas le metteur en marché : il est tributaire de son fournisseur. Le marché de l'approvisionnement en boissons étant très concentré, le choix du restaurateur est restreint. L'approvisionnement local est une alternative, mais certains produits semblent incontournables.

Recours à des emballages très diversifiés (matière, forme...)

Critères de choix des emballages : praticité, prix, capacité à protéger le produit

L'emballage des boissons : des pratiques qui se jouent en amont de la dernière transformation



► Une pratique du réemploi encore marginale

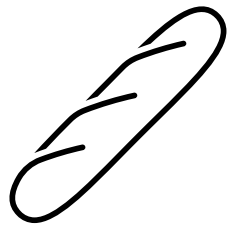
- Le réemploi reste peu pratiqué chez les restaurateurs et les boulangers, au-delà de certains établissements « militants ».
- Des expérimentations existent au plan national avec certaines plateformes de livraison et au niveau local avec certains acteurs comme Dabba (expérimentation dans le 9^e arrondissement en lien avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat)
- Les freins au passage au réemploi sont de plusieurs ordres :
 - Une vraie diversité de produits qui nécessite une grande diversité d'emballages réemployables
 - Des limites liées à la nature des produits vendus : l'emballage doit conserver la chaleur, la forme du produit, l'apparence...
 - Des limites organisationnelles liées au manque de place pour le stockage ou le lavage, voire à des questions d'hygiène
 - Des limites en termes de « relation-client », avec des établissements qui ne veulent pas complexifier le parcours client
- Le réemploi se développe surtout dans la restauration rapide avec la consommation sur place et l'obligation au 1^{er} janvier 2023 de bannir les emballages à usage unique.

Le réemploi, une pratique encore peu répandue à ce jour

Une offre de réemploi qui se structure notamment grâce aux évolutions réglementaires

Des alternatives de tri efficaces qui freinent la massification du réemploi





Synthèse : la dernière transformation

La situation du territoire

- 460 boulangeries, 1 350 établissements de restauration rapide et 1 900 restaurants traditionnels dans la métropole de Lyon (pour ces derniers, près de 50% pratiquent la vente à emporter ou en livraison)
- Grande diversité de produits vendus, donc un recours à une grande diversité d'emballages
- La demande est en hausse sur la livraison comme sur la vente à emporter, y compris sur les boulangeries qui repositionnent leur offre suite à une baisse de la consommation de pain
- Une transition récente de l'emballage plastique vers le papier-carton. Le recours à l'usage unique reste la norme pour la vente à emporter, malgré un passage au réemploi pour le sur-place au 1^{er} janvier 2023.
- Boissons : des produits souvent déjà emballés, sans marge de manœuvre pour le dernier transformateur

Les enjeux liés au réemploi

- Une pratique du réemploi chez certains établissements militants
- Quelques expérimentations nationales et locales sur le sujet
- Des freins importants au passage au réemploi : praticité, stockage, lavage, prix, réaction client...
- Une transition vers le réemploi qui semble faisable mais complexe, notamment pour des questions de coût





Zoom sur le réemploi dans la chaîne de valeur de la restauration

► Une pratique du réemploi limitée dans la vente à emporter et la livraison

- La pratique du réemploi reste limitée tant dans la restauration que dans les boulangeries
- Pourtant, il est historiquement pratiqué dans la restauration. Il concerne avant tout les boissons (bouteilles en verre, fûts, caisses à bouteilles) et dans une certaine mesure les palettes
- Chaque année, la restauration commerciale réemploie :
 - 105 000 tonnes d’emballages en verre (380 000 bouteilles environ)
 - 11 500 palettes
 - 30 500 caisses rigides
 - 17,4 millions de fûts
- Dans les boulangeries, le réemploi concerne essentiellement la farine (premier poste d’achat) généralement transportée en « big bags » qui peuvent être réemployés
- La pratique du réemploi se limite à certains produits qui ont des caractéristiques particulières (peu de contraintes de chaleur, de DLC, logistique optimisée...)
- Le recours aux emballages à usage unique reste en hausse

Des pratiques historiques de réemploi pour la consommation sur place

Une pratique du réemploi qui reste encore « militante » sur la livraison

Un modèle à usage unique perçu comme souple face au réemploi perçu comme complexe



Fabriquer le réemploi : l'exemple de Firplast

- PME familiale de conception et de distribution d'emballages aux métiers de bouche
- Conception des produits et achat des outils (production externalisée)
- 100 salariés
- 30 M€ chiffre d'affaires, réalisés auprès de la restauration collective, commerciale et les traiteurs
- Sensibilité à la transition écologique :
 - Travail sur une gamme biodégradable
 - Proposition d'une gamme de réemploi depuis trois ans (essentiellement en plastique)
- Les demandes formulées par les clients pour les emballages réemployables :
 - Emballage non poreux (garde les couleurs)
 - Fermeture facile
 - Facilement lavable
 - Résistant
 - Large gamme
- Le passage au réemploi, complexe pour les clients de Firplast :
 - « Pour les clients, passer au réemploi est un très gros changement. Ces structures ont été pensées sur le modèle du jetable »
 - « Pour nos clients, le premier frein est financier. Entre l'investissement dans le contenant, dans l'infrastructure de lavage et le coût de chaque lavage, c'est problématique »
- La réglementation, un outil nécessaire à la transition vers le réemploi ?
 - « Nos clients font le strict minimum sur l'emballage à emporter. Si personne ne les oblige, ils s'en passeront »
 - « On observe déjà des stratégies de contournement des règles de la loi AGEC. Sans contrainte réglementaire forte, les acteurs ne se bougeront pas pour sauver la planète »

La dimension culturelle de l'emballage est à repenser, aujourd'hui l'emballage est un élément d'identité de marque :

« Le réemploi ne permet pas de garder la même souplesse que le plastique à usage unique. Tous les restaurateurs veulent un emballage spécial. C'est un produit de différenciation. »





**Réemploi des
emballages :
Perspectives,
enjeux et pistes
d'action**

► Atouts et faiblesses du territoire

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Présence d'acteurs du réemploi dans le territoire (Dabba, Rebooteille...)• Existence d'une démarche de projet alimentaire territorial compatible avec une reprise en main de la question des emballages• Une pratique du réemploi déjà installée pour certains produits (boissons, farines) et certaines pratiques logistiques (palettes)• Quelques acteurs à l'offre locale écoresponsable dans le territoire (producteurs et derniers transformateurs notamment)	<ul style="list-style-type: none">• Faible part des circuits courts• Un recours à l'emballage à usage unique qui reste la norme• Place prépondérante de distributeurs au modèle déterritorialisé, difficilement compatible avec un réemploi local• Un coût du foncier important difficilement compatible avec des contraintes de réemploi (stockage, lavage...)



► Opportunités et menaces pour la filière

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Des logiques de réemploi qui se construisent à l'échelle locale• Une démarche locale de reterritorialisation des filières compatible avec une réflexion sur la question des emballages alimentaires• Un marché du réemploi en croissance• Des évolutions réglementaires favorables au réemploi• Hausse des comportements écoresponsables (vendeurs comme clients)• Hausse du prix des emballages à usage unique• Multiplication d'infrastructures de lavage avec un maillage national qui se renforce• Standardisation en courts des emballages réemployables au niveau national	<ul style="list-style-type: none">• Passage à l'emballage réemployable : une source de coûts potentiellement importante pour les producteurs• Hausse des pratiques à emporter ou en livraison, génératrices d'emballages à usage unique• Un système de tri identifié comme efficace vs un système de réemploi aux contraintes multiples• Des réticences des vendeurs et clients sur la praticité, l'hygiène, le coût



► Enjeux et pistes d'action : accompagner la transition

Les leviers directs des EPCI pour favoriser les pratiques de réemploi des emballages générés par les activités de restauration et de boulangerie, à emporter ou en livraison

• **Accompagner la transition** des acteurs du territoire de l'usage unique vers le réemploi : c'est ici que se situe la majeure partie des enjeux, car le gisement potentiel est important

Inciter

Valoriser

Expérimenter

- Les acteurs du territoire à travers des **campagnes d'information et de communication** sur les enjeux du réemploi des emballages alimentaires
 - Les restaurateurs et boulangers (REP, impact environnemental, responsabilité sociale...)
 - Les citoyens du territoire (coût et impact du tri, principes du réemploi et bonnes pratiques)
- Les initiatives locales et **participer à la démonstration de la pertinence des solutions de réemploi**
 - Les initiatives des acteurs économiques du réemploi (Dabba, Rebooteille...)
 - Les initiatives des acteurs filière qui participent au développement des pratiques (expérimentations de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, associations zéro déchets...)
 - Les initiatives plus isolées des acteurs de la restauration et de la boulangerie qui expérimentent des solutions (voir portraits d'acteurs comme Ninkasi ou Chez Jules...)
 - Les expertises de type analyse de cycle de vie pour affiner l'offre locale et construire un argumentaire
 - Améliorer les dispositifs d'observation sur la production d'emballage dans le territoire et les pratiques de réemploi

► Enjeux et pistes d'action : accompagner la transition

Coordonner

- **Intégrer les problématiques de réemploi dans une réflexion transversale** en coordonnant les politiques de réemploi avec les autres politiques publiques de la collectivité :
 - En lien avec la reterritorialisation des filières alimentaires (Patly) et en travaillant une **complémentarité circuits courts / circuits de réemploi**
 - En lien avec les compétences urbaines de la collectivité et en incitant les acteurs à **prévoir l'impact du réemploi dans les commerces** (stockage, lavage...)
- A travers **la compétence déchets** de la collectivité pour inciter les acteurs à réduire leur production d'emballages (explorer le levier fiscal et la modulation de la TEOM pour les acteurs concernés afin de limiter la compétitivité des emballages à usage unique)
- En expérimentant l'obligation de proposer une alternative en emballage réemployable pour les acteurs économiques, à travers l'activation de l'article 24 de la loi Climat et Résilience

Réglementer

► Enjeux et pistes d'action : accélérer la transition

Soutenir

Stimuler

- **Accélérer la transition** du territoire vers le réemploi en soutenant les acteurs qui ont déjà démarré une réflexion sur le réemploi ou qui fournissent déjà des solutions et services de réemploi
 - **Accompagner le développement de la filière** et les professionnels du réemploi dans le territoire qui fournissent des solutions de réemploi (accompagnement, locaux d'activité, appels à projet...)
 - Les acteurs dont le cœur d'activité est le réemploi (Dabba, Rebooteille...)
 - Les acteurs du monde agricole et agro-alimentaire qui poursuivent des objectifs de réemploi
 - Les acteurs de la logistique urbaine et en particulier la logistique inversée
 - **Accroître le volume d'emballages réemployables disponible dans le territoire** en utilisant la commande publique afin de permettre aux acteurs d'atteindre une taille critique
 - Pour les agents et les usagers de la restauration collective de la métropole de Lyon ainsi que pour les collèges du territoire
 - Pour les habitants du territoire (voir l'initiative de la Ville de Paris avec Green Go)
 - Pour les restaurateurs et boulangers du territoire, afin de réduire le risque à l'achat des premiers contenants

Bilan du positionnement des acteurs locaux sur les emballages alimentaires et à emporter ou en livraison

- Le recours à l'emballage à usage unique reste la norme et demeure compétitif, notamment pour des raisons de coût et de praticité
- Le réemploi de certains emballages, une pratique historique dans le secteur de la restauration (palettes, bouteilles consignées...)
- Des producteurs qui exportent, des restaurateurs et boulangers qui importent : un modèle dé-territorialisé qui freine l'essor local du réemploi
- Les grossistes et distributeurs : un maillon incontournable mais qui n'a pas la main sur les pratiques en matière d'emballage
- Globalement, un passage au réemploi qui implique d'importants changements de pratique et des investissements parfois conséquents, notamment pour les producteurs
- Des éléments exogènes favorables à la hausse des pratiques de réemploi sur les emballages alimentaires (loi Agec, REP restauration, prise de conscience écologique du consommateur, efforts de standardisation...)
- L'effort réglementaire semble être le plus efficace pour changer les comportements
- Une preuve de la pertinence du réemploi à apporter auprès des acteurs économiques du territoire, mais aussi auprès des consommateurs
- Des initiatives locales (Dabba, Rebooteille, restaurants volontaires...) à valoriser et à accompagner
- Des complémentarités à rechercher entre les différentes politiques publiques de la Métropole de Lyon (Patly, stratégie d'achats, accompagnement de la filière...)

CONSTATS

PISTES





Annexes

Annexe : synthèse

Maillon	Acteurs du territoire	Pratiques en matière d'emballages	Perspectives de réemploi	Evolutions réglementaires	Leviers de la collectivité
Production	<ul style="list-style-type: none"> - 280 producteurs potentiels (2 200 dans le Patly) - Tailles et activités variables - Périmètre MDL non pertinent sur ce maillon 	<p>Deux canaux principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - revente à des grossistes : volumes importants et emballages plutôt à usage unique - vente en direct : pratique du réemploi facilitée par la circularité mais toujours marginale ; exception de la farine 	<p>Deux canaux principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - revente à des grossistes : potentiel marginal tant que le marché est national - vente en direct : potentiel important > bouclage circuit-court et réemploi (fruits et légumes, boissons) - gisement métropolitain faible 	<p>La REP emballages de la restauration au 1^{er} janvier 2023 mettra à contribution les producteurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Politiques de reterritorialisation (Patly) à coupler avec le réemploi (sensibilisation, mise en réseau...) - Commande publique (restauration des collèges, événements...)
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> - 260 distributeurs potentiels - marchés concentrés (acteurs importants) surtout sur la boisson 	<p>Achat / revente : le grossiste n'a pas la main sur l'emballage primaire</p> <p>L'impact se limite aux emballages secondaires et tertiaires</p> <p>A noter : certains grossistes sont aussi producteurs</p>	<p>Potentiel faible</p> <p>Acteurs clés du secteur qui seront impactés en particulier par les problématiques de logistique</p> <p>Capacité d'influence sur toute la chaîne de valeur</p>	<p>REP emballages de la restauration : a priori les grossistes ne sont pas concernés (textes en attente de parution)</p>	<p>Peu de leviers sur les grossistes : acteurs "déterritorialisés" avec des clients / fournisseurs extraterritoriaux</p>
Utilisation	<ul style="list-style-type: none"> - 2 720 établissements potentiels (avec un taux de 47% pratiquant la VAE pour la restauration traditionnelle) - nombreux acteurs de petite taille notamment dans la boulangerie - importance des chaînes, notamment dans la restauration rapide 	<ul style="list-style-type: none"> - pratiques variées : essentiellement papier - carton - plastique en fonction du produit - réemploi chez certains acteurs "militants" mais faible volume au global 	<ul style="list-style-type: none"> - gisement important - transition compliquée sans incitation réglementaire ou financière - certains acteurs intéressés mais freinés par des contraintes organisationnelles, prix et relation-client 	<ul style="list-style-type: none"> - transition réglementaire vers le papier - carton récente - REP emballages ménagers depuis le 1^{er} juillet 2022 pour le recours aux plateformes en ligne - REP restauration au 1^{er} janvier 2023 mettra ces acteurs à contribution > cohérence avec la REP emballages ménagers encore floue 	<ul style="list-style-type: none"> - sensibiliser les acteurs comme les clients - labelliser "territorialement" les initiatives de réemploi dans un objectif de standardisation et de crédibilisation - expérimenter des points de collecte dans l'espace public - explorer la possibilité d'activer l'article 24 de la loi Climat et Résilience



Annexe : nomenclature

Maillons de la chaîne de valeur	Regroupements	Nomenclature d'activité
Distribution	Produits issus de l'élevage ou de la pêche, transformés ou non	Commerce de gros (commerce interentreprises) de viandes de boucherie
		Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits à base de viande
		Commerce de gros (commerce interentreprises) de volailles et gibier
	Fruits et légumes, transformés ou non	Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits laitiers, oeufs, huiles et matières grasses comestibles
		Commerce de gros (commerce interentreprises) de poissons, crustacés et mollusques
	Cafés, thés et confiseries	Commerce de gros (commerce interentreprises) de sucre, chocolat et confiserie
Autres distributeurs alimentaires non spécialisés	Boissons	Commerce de gros (commerce interentreprises) de café, thé, cacao et épices
	Autres distributeurs alimentaires non spécialisés	Commerce de gros (commerce interentreprises) de boissons
		Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire spécialisé divers
Production ou première transformation	Autres	Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits surgelés
		Commerce de gros (commerce interentreprises) alimentaire non spécialisé
	Boissons	Fabrication de glaces et sorbets
		Fabrication d'autres produits alimentaires n.c.a.
		Production de boissons alcooliques distillées
		Fabrication de vins effervescents
		Vinification
		Fabrication de cidre et de vins de fruits
		Production d'autres boissons fermentées non distillées
	Fabrication de bière	
	Cafés, thés et confiseries	Industrie des eaux de table
		Production de boissons rafraichissantes
	Fruits et légumes transformés	Fabrication de cacao, chocolat et de produits de confiserie
		Transformation du thé et du café
		Transformation et conservation de pommes de terre
	Plats préparés	Préparation de jus de fruits et légumes
		Autre transformation et conservation de légumes
Transformation et conservation de fruits		
Produits transformés issus de céréales (pains industriels, biscuits, pâtes...)	Fabrication de plats préparés	
	Fabrication d'aliments homogénéisés et diététiques	
	Fabrication d'huiles et graisses brutes	
	Meunerie	
	Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche	
	Cuisson de produits de boulangerie	
Produits transformés issus de l'élevage (viandes, lait, oeufs, fromage...)	Fabrication de biscuits, biscottes et pâtisseries de conservation	
	Fabrication de pâtes alimentaires	
	Transformation et conservation de la viande de boucherie	
	Transformation et conservation de la viande de volaille	
	Préparation industrielle de produits à base de viande	
	Transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques	
Utilisation ou dernière transformation	Fabrication de lait liquide et de produits frais	
	Fabrication de fromage	
	Fabrication d'autres produits laitiers	
	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	
	Restauration traditionnelle	
	Restauration de type rapide	



► Annexe : acteurs rencontrés

Acteurs du réemploi

- Rebooteille, Stéphane ROBERT (co-fondateur)
- Citeo, Sophie NGUYEN (responsable développement de solutions pour le réemploi et le vrac)
- Ademe, Marianne GUIOT (ingénieure emballages réemploi)
- Dabba Consigne, Audrey QUINTANA (directrice projets stratégiques)
- Réseau Consigne, Alice ABBAT (coordinatrice du réseau)
- Firplast, Marc DELSOL (directeur général)

Grossistes

- Ducreux, Stéphane DUCREUX (fondateur)
- Pack & Food, Nourredinne EL MADANI (fondateur)

Restaurateurs et boulangers

- Les Burgers de Papa, Yves HECKER (fondateur)
- Chez Jules, Félicien DELZEUX (fondateur)
- Bioburgers, David GRAPIN (franchisé lyonnais)
- Ninkasi, Benjamin SAULNIER (responsable QSE)

Producteur

- Provol & Lachenal, Michel NIGAY (directeur)



Directeur de la publication : **Damien Caudron**
Réfèrent : **Clément Jacquemet**- 04 81 92 33 59 -
c.jacquemet@urbalyon.org

Ce rapport résulte d'un travail associant les métiers
et compétences de l'ensemble du personnel de l'Agence d'urbanisme



Tour Part-Dieu, 23^e étage
129 rue Servient
69326 Lyon Cedex 3
Tél. : +33(0)4 81 92 33 00
www.urbalyon.org

La réalisation de ce rapport a été permise par la mutualisation
des moyens engagés par les membres de l'Agence d'urbanisme