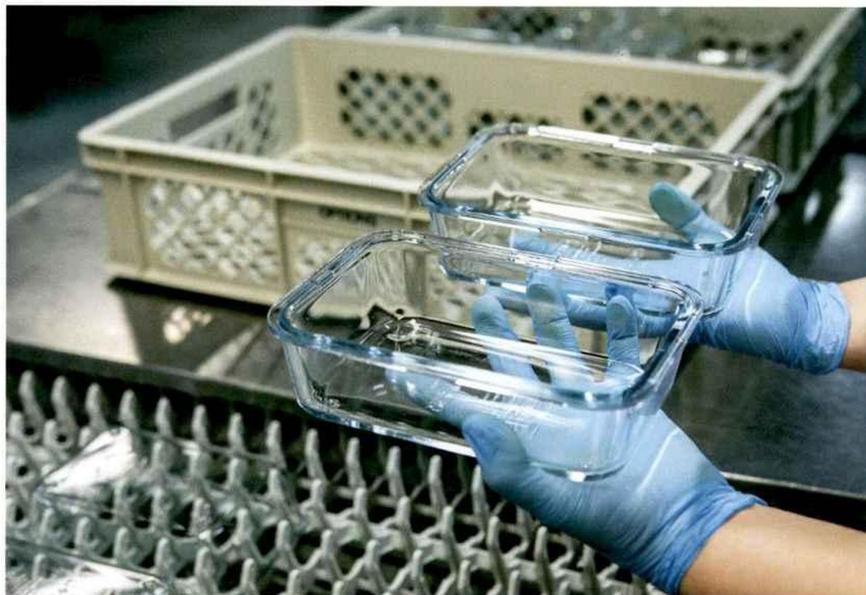




APPROFONDIR | ECONOMIE CIRCULAIRE



PRESTATAIRES

LES LAVEURS DANS LES STARTING-BLOCKS

Attirés par un marché qui pourrait représenter des milliards d'euros, les acteurs du réemploi s'équipent avant de s'attaquer aux questions qui fâchent : la standardisation et les coûts.



Options, Re-uz, Eternity Systems, Uzaje, Loop : ces entreprises relativement méconnues de l'univers de l'emballage pourraient à l'avenir jouer un rôle déterminant sur le marché naissant du réemploi. L'Agence pour la transition écologique (Ademe) avait chiffré ce débouché à 1 milliard d'euros... il y a dix ans. Depuis, aucune étude sérieuse n'est venue infirmer ce montant, mais il faudra probablement le réviser à la hausse. La loi Agec de février 2020 est passée par là. Elle a non seulement ouvert la voie à l'économie circulaire, mais aussi imposé un calendrier serré : interdiction des emballages à usage unique dans le portage de repas à domicile depuis le 1^{er} janvier 2022, bannissement de la vaisselle à usage unique dans la restauration rapide au 1^{er} janvier 2023 et, surtout, instauration du vrac en grande distribution à hauteur de 20%

de la surface de vente d'ici à 2030. Ce qui impliquerait – d'après les projets de décret – 5 % d'emballages réutilisables d'ici à 2023 et jusqu'à 10 % en 2027. L'apparition de multiples initiatives dans le réemploi doit être analysée à l'aune de ces considérations. Si les spécialistes du lavage s'accordent à dire «qu'il y aura de la place pour tout le monde» tant les besoins sont énormes, le nombre d'annonces qui se sont succédé au cours des derniers mois témoigne de l'effervescence du secteur. Parmi les plus actifs, MT Systems, qui a changé de nom pour devenir Eternity Systems, a lancé en 2021, avec CPS, une entité qui sera dédiée au lavage de contenants tels que les bouteilles, les pots et les bacs de type Gastro Norm. L'entreprise perpignanaise compte sur son expérience dans le nettoyage de casiers pour fruits et légumes (75 lignes en Europe) pour



l'adapter à d'autres domaines, y compris l'emballage primaire. Dans cet objectif, la société va démarrer, avant l'été, une micro-usine capable de laver 10 millions de contenants par an, à Lisses (Essonne), avec l'ambition d'en construire dix autres en France d'ici à cinq ans. Options s'inscrit dans la même dynamique. L'an dernier, le spécialiste de la location de matériel événementiel a fondé Options solutions pour accompagner les professionnels de la restauration dans leur transition écologique. Prêt à investir 5 millions d'euros dans le lavage dans les quatre prochaines années, il ouvre dans quelques semaines un centre de 1000 m² à Paris pour répondre aux besoins de la restauration rapide et collective dans la capitale. De son côté, la société Impact a créé Re-uz, sa filiale dédiée au réemploi en 2021. Elle se propose de capitaliser sur l'expertise accumulée par le groupe dans le nettoyage de vaisselle et de gobelets réutilisables en l'exploitant dans la vente à emporter, la restauration rapide et l'industrie. L'ouverture de cinq centres est au programme en 2022. Né en 2018, Uzaje vient quant à lui d'installer sa deuxième usine à Avignon (Vaucluse) et de lever 4 millions d'euros afin de disposer, fin 2023, de huit unités en France, pour une capacité de 300 millions de contenants annuels.

En ligne de mire

Déjà appelés à travailler sur le dossier du portage à domicile et sur celui de la restauration rapide avec des noms comme Elior ou McDonalds, les ténors du lavage industriel ont tous le marché des produits de grande consommation en ligne de mire. Au regard des volumes d'emballages à traiter, et des délais, les enjeux sont considérables. Les expériences menées avec Blédina, Bonduelle et autres Triballat, certaines enseignes (Système U, Carrefour) ou la distribution spécialisée (Biocoop) ont démontré la validité des modèles, mais uniquement au stade du pilote. À grande échelle, le réemploi implique encore beaucoup d'inconnues, que ce soit du point de vue de la logistique – la diversité des contenants et des formats – ou de la qualité hygiénique, compte tenu de la multiplicité des produits : aliments, boissons, détergents. Pour aller de l'avant, les acteurs du secteur soulignent leur compétence technique : « Nous sommes capables de laver un casier en moins d'une seconde, en économisant de l'eau et des produits lessiviels. Demain, nous pourrions atteindre cette productivité et ces performances écologiques pour traiter toutes sortes de contenants », indique Éléonore Blondeau, responsable nouveaux projets chez Eternity Systems. Et si Impact a bien l'intention de valoriser son savoir-faire historique dans la plasturgie pour mieux laver (et sécher) les barquettes en plastique qui seront légion quand il sera question des

produits de grande consommation, Uzaje a déjà commencé à plancher sur des problématiques typiquement industrielles comme la suppression des étiquettes sur les bouteilles (voir encadré).

Marché en construction

La massification de flux représente un véritable challenge. Les acteurs en sont conscients. « Le lavage et la logistique sont nos deux principaux postes de coût », explique Philippe Berthe, Pdg d'Impact. Or, s'attaquer à des milliards de contenants, comme l'imposera bientôt la réglementation, nécessite un minimum de standardisation et un système de consignment performant si l'on veut relever le défi économique, à savoir proposer un modèle acceptable pour tous. « C'est une vraie révolution copernicienne, mais il faudra en passer par là », admet François Satin, directeur commercial restauration collective chez Uzaje. Et de poursuivre : « Dans le domaine des marques de distributeur, bon nombre d'emballages se ressemblent déjà, il faut aller plus loin ». Les marques seront-elles prêtes à sauter le pas ? À renoncer aux atouts marketing du pack ? Difficile à dire... Pour Éléonore Blondeau, des solutions existent : « Les QR codes permettent de remonter à la marque. » Marc Rocagel, le Pdg du groupe Options, estime pour sa part qu'il faudra du temps : « C'est un marché en construction qui exige des changements d'habitudes, il faut apprendre à garder sa bouteille, à la rapporter au magasin ou dans un point de collecte... » Si beaucoup d'interrogations demeurent, à l'exemple de la logistique du dernier kilomètre, de la traçabilité ou encore de la propriété des emballages, une seule certitude émerge, celle du prix à payer. « Quel que soit le modèle choisi, ce sera plus cher. Et cela, il faut commencer à l'intégrer, dès maintenant », affirme Philippe Berthe. L'abandon des emballages à usage unique passe aussi par là. ●

Tiziano Polito



UZAJE VEILLE SUR LES ÉTIQUETTES

Pour faciliter la transition des industriels vers le réemploi, les laveurs multiplient les dispositifs de type « add-on » sur leurs équipements. Uzaje s'est focalisé sur le grattage des étiquettes en mettant au point un module qui prend place avant la laveuse, juste après l'immersion des bouteilles. La solution évite de recourir aux étiquettes hydrosolubles, plus coûteuses et moins écologiques.