

Il y a un an, ils emballaient made in Lyon...

Pas grand monde n'aurait misé sur leur concept au départ : une riche idée pourtant que ces doggy bag à la française made in Lyon. Pas une idée neuve certes, mais revisitée par cette start-up lyonnaise, le projet a de quoi être séduisant : avec 230 grammes de nourriture jetés par assiette notamment dans les restaurants, le sac à emporter semble être la solution. De là à devenir incontournable, le pas à franchir paraît géant. Car la France n'est pas « culturellement doggy bag » s'entendaient dire les trois étudiants à l'origine de ce projet et de la start-up TakeAway. C'était sans compter sur l'explosion de l'économie responsable, allant de pair avec l'anti-gaspillage, dont on n'a jamais autant parlé que cette année. Et dont on va encore plus parler dans les mois à venir, avec la loi anti-gaspillage qui entre en vigueur le 1^{er} janvier 2016 et obligera les restaurants de plus de 160 couverts à proposer des doggy bag.



■ Les doggy bag de TakeAway ont été cités dans le rapport sur l'anti-gaspillage de l'ancien ministre Guillaume Garot comme étant « la solution existante clé en main » de lutte contre le gaspillage alimentaire. Photo DR

...aujourd'hui ils cartonnent !

Comment les doggy bag et la wine box de ces jeunes Lyonnais ont-ils pu séduire, alors que remporter les restes de son assiette ne fait pas vraiment partie des habitudes françaises ? Nous avons rencontré les fondateurs de TakeAway il y a tout juste un an. Ils travaillaient l'idée au sein de l'incubateur de l'Ifag Lyon, dont ils sortaient tout juste diplômés.

L'anti-gaspillage est devenue tendance

A l'époque, ils avaient conscience que les doggy bag, certes utiles, n'étaient absolument pas ancrés dans nos mœurs alimentaires. Mais ils croyaient dur comme fer à leur devenir. Car finalement, les mentalités des consommateurs étaient en train de changer. Pour autant, le temps où les clients des restaurants avaient bien trop honte de remporter les restes de leur assiette chez eux est-il révolu ? Les fondateurs de TakeAway en sont convaincus : « Aujourd'hui l'anti-gaspillage est devenu tendance, il est de bon ton de repartir avec son petit doggy bag, plutôt mignon, ce qui ne gêne rien ! », estime Ludivine Vajou, une des fondatrices de la start-up lyonnaise TakeAway. Argument massue : 75 % des consommateurs sont prêts à utiliser



■ Victor Marostegan, Ludivine Vajou et Nicolas Duval ont eu l'idée de ces doggy bag à la française en 2012 alors qu'ils étaient étudiants à l'Ifag. Photo DR

un doggy bag selon un sondage de la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (Draaf) Rhône-Alpes. Les choses sont allées très vite pour la jeune équipe soutenue dès le début par deux parrains de renom Jean-Paul Lacombe et Grégory Cuilleron : « Avec une exposition médiatique accentuée début 2015, c'est la signature avec le premier syndicat de l'hôtellerie Umih (40 000 restaurants et 10 000 hôtels affiliés) au mois d'avril dernier qui a été déterminante pour nous. Nous sommes passés de quelques

restaurants partenaires à environ 250 lors du vrai lancement en mai dernier. On en espère 500 d'ici fin 2015. 300 000 boîtes ont été vendues en six mois. Depuis notre médiatisation, nous avons deux ou trois appels quotidiens de restaurateurs dont des grands groupes hôteliers ou de restauration ». Ils attendent d'ailleurs la signature définitive avec un grand groupe hôtelier : « Si c'est bon, nous vendrons des millions d'unités par an... », espèrent-ils. En un an, le produit a évolué et s'est perfectionné : « En plus d'être étan-

che, transportable et recyclable, la boîte TakeAway est aujourd'hui micro-ondable », résume Nicolas Duval. Pas pour rien que le concepteur du packaging va participer aux Oscar de l'emballage : les jeunes entrepreneurs ont réellement mis le doigt sur une innovation. Et également touché un domaine auquel ils ne s'attendaient pas : la vente à emporter. Les demandes pleuvent et ce n'est pas là-dessus qu'ils avaient misé à la base. Mais comme les boîtes sont personnalisables, les entreprises sont emballées ! ■

Sandrine Rancy

1^{er} janvier 2016

La Loi « biodéchets » qui entre en vigueur le 1^{er} janvier 2016 va notamment contraindre les restaurateurs à trier et valoriser les déchets notamment avec des doggy bag et du compostage. Le but étant de réduire ces déchets de 50 % d'ici 2025. Selon la Commission européenne, 14 % des déchets alimentaires sont rejetés par les restaurants, 42 % par les ménages.

Une levée de 400 000 € en novembre

Pour novembre, les créateurs du doggy bag prépare une levée de fonds de 400 000 € et entament actuellement une phase de recrutement de cinq ou six personnes. Seule petite ombre au tableau : « On aurait souhaité un petit coup de pouce de notre ville comme le fait la mairie de Paris qui doit nous acheter 15 000 boîtes pour les restaurateurs à distribuer pour la journée du développement durable en novembre. C'est le moment de faire savoir qu'une jeune entreprise lyonnaise est au cœur de la lutte anti-gaspillage ! ».