



La TakeAway, conçue par trois étudiants de l'Ifag, école privée de management lyonnaise.

A Lyon, les doggy bags ne sont plus en restes

Des étudiants tentent de faire percer la mode du conditionnement à emporter auprès des restaurateurs de la «capitale de la gastronomie»

Par **CATHERINE COROLLER**
Correspondante à Lyon
Photo **BRUNO AMSELLEM**

«**C**est une très bonne idée», s'exclame Sylvia, élégante salariée d'une banque privée. Sur le principe, cette femme attablée avec une collègue à la Villa Boudin, à Lyon, est favorable à l'utilisation des doggy bags, ces sacs proposés dans certains restaurants et qui permettent de rapporter chez soi les restes d'un repas. «Ça fait mal au cœur de laisser une assiette aux trois quarts pleine sachant qu'elle

va être jetée», commente-t-elle. Mais elle-même n'y a jamais eu recours. Pas plus que ce monsieur, avec son fils, dans ce même restaurant. Pourtant, lui aussi assure que les lobby bags lui «semblent être une bonne solution pour lutter contre le gaspillage alimentaire».

Au-delà des déclarations d'intention, les Français sont-ils prêts à adopter cette pratique très répandue aux États-Unis ? Dans un pays où la gastronomie est considérée comme un art et les chefs comme des stars, les blocages psychologiques sont difficiles à surmonter. Le monsieur attablé avec son fils juge ainsi que le recours au doggy bag se justifie surtout «pour les plats type pizza». Lui n'oserait pas formuler une telle requête. «Les femmes le font plus facilement et les mères de famille encore plus», ose-t-il. Patron et cuisinier de la Villa Bound, Stéphane Bossu constate néanmoins une évolution : «Les gens hésitent moins à demander, surtout les 20-40 ans.»

SEXY. En ces temps de crise économique et de restriction du pouvoir d'achat, les sacs à emporter vont-ils entrer dans les mœurs françaises ? La lutte contre le gaspillage alimentaire et les déchets (lire ci-contre)

«Voir des assiettes qui reviennent à moitié pleines me fait plus mal au cul que de voir les gens repartir avec leur petite barquette.»

Grégory Cuilleron chef lyonnais

pourrait également motiver les consommateurs soucieux de l'avenir de la planète. Du côté des pouvoirs publics, une prise de conscience semble se dessiner. En 2012, le Parlement européen a adopté une résolution demandant des mesures urgentes pour réduire de moitié d'ici à 2015 le gaspillage alimentaire, et le ministère français de l'Agriculture a concrétisé cette volonté en lançant à la mi-2013 un pacte national de lutte contre ce problème, signé par 31 acteurs de la filière (collectivités, producteurs, industriels, distributeurs, restaurateurs...), ces derniers s'engageant à «développer l'usage du sac à emporter».

Mais du chemin reste à faire. En octobre, les résultats de deux enquêtes menées par la direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (Draaf) de Rhône-Alpes auprès de 283 restaurateurs et 2700 consommateurs pour la journée de lutte contre le gaspillage ont donné des résultats mitigés. Si 31% des restaurateurs déclarent proposer déjà des doggy bags à leurs clients

ou envisager de le faire, 32% hésitent encore et 37% sont contre, 68% estimant qu'il n'y a pas suffisamment de restes dans les assiettes pour justifier l'utilisation d'une boîte à emporter, et 63% craignant un risque pour leur image si les consommateurs n'ayant pas respecté les règles d'hygiène et de conservation

ou froid s'intoxiquent. A contrario, ces derniers plébiscitent le doggy bag puisqu'ils se déclarent à 95% prêts à l'utiliser. «Il y a une attente forte du côté des consommateurs» même s'«[ils] ont encore honte de le demander», mais «beaucoup d'interrogations demeurent de la part des restaurateurs», confirme Elisabeth Manzon, chef de projet alimentation à la Draaf Rhône-Alpes.

Afin d'accélérer l'évolution des mentalités, cette direction a mis au point des outils de communication et déposé la marque Gourmet Bag, plus sexy que l'appellation traditionnelle de doggy bag qui rappelle fâcheusement la nourriture pour chiens. «Nous sommes pilote pour cette initiative qui vise à s'étendre à l'ensemble du territoire», rappelle Gladys Makiedi, chargée de projet à la Draaf Rhône-Alpes. Soucieux de casser l'image négative du doggy bag, trois étudiants en master à l'Ifag école privée de management de Lyon, ont créé une start-up baptisée TakeAway qui a conçu une box ainsi qu'un sac à vin permettant d'emporter une bouteille entamée. «On s'est dit que le vulgaire sac en papier kraft utilisé aux États-Unis ne marcherait pas en France et on a mis au point un emballage design, chic, transportable, étanche, respectant les produits et entièrement recyclable», expliquent-ils.

RASSASIÉS. Le coût de fabrication de la boîte, qui est vendue aux restaurateurs à 50 centimes l'unité, est également financé par des encarts publicitaires. Lancée le 1^{er} octobre dernier, la box TakeAway est en test dans une quinzaine de restaurants lyonnais, dont la Villa Bound et le bistrot de la Passerelle. Pour le chef Grégory Cuilleron, qui soutient la démarche de l'entreprise, l'esthétique de cette box peut contribuer à faire évoluer les mentalités. «Une jolie boîte valorise le produit qui est conservé et transporté dans de bonnes conditions, estime-t-il. Cela peut être incitatif pour le consommateur qui n'aura pas honte de la demander et de sortir du restaurant avec elle.» Côté restaurateurs, une révolution des mentalités s'impose. Si Cuilleron

REPÈRES

UNE POLLUTION MONDIALE

Chaque année, la nourriture produite sans être consommée englutit un volume d'eau équivalent au débit annuel de la Volga et est responsable du rejet dans l'atmosphère de 3,3 gigatonnes de gaz à effet de serre, explique l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture.

«J'ai fait mon apprentissage avec un chef qui me réclamait 1 franc à chaque fois qu'il me voyait jeter un morceau de carotte.»

Yves Camdeborde chef parisien

1,4

milliard d'hectares de terres, soit 28% des superficies agricoles du monde, servent chaque année à produire de la nourriture perdue ou gaspillée.

assure que «voir des assiettes qui reviennent à moitié pleines et les jeter à la poubelle [lui] fait beaucoup plus mal au cul que de voir les gens repartir avec leur petite barquette». Le patron du bistrot de la Passerelle est plutôt réticent. «Si je faisais des menus, je ne la proposerais pas», déclare-t-il. Selon lui, les clients rassasiés risqueraient en effet d'emporter chez eux le dessert plutôt que d'y renoncer, ce qui lui ferait une économie de perdue. De même, la possibilité d'emporter sa bouteille de vin entamée pourrait les dissuader, selon lui, de prendre un apéritif ou un digestif.

Reste que l'évolution de la réglementation va en fait contraindre tous les restaurateurs à modifier leurs pratiques. A partir de 2016, la loi dite Grenelle 2 va imposer aux établissements servant plus de 180 couverts par jour de valoriser leurs biodéchets. Ils auront alors le choix : payer le coût de la collecte en fonction du poids de leurs rejets ou convaincre un maximum de clients de repartir avec un doggy bag. ◆

De la Protest Soup organisée à Berlin aux Gars'pilleurs de Lyon, les initiatives citoyennes fleurissent.

En Europe, la chasse au gaspi est ouverte

Chaque année, chaque habitant des 28 pays de l'Union européenne jette en moyenne 179 kg d'aliments sains, ce qui représente 89 millions de tonnes pour l'ensemble de la zone. Les ménages comptent pour 42% de ce total, l'industrie agroalimentaire pour 39%, la restauration pour 14%. Dans le même temps, 79 millions de citoyens de l'UE vivent en dessous du seuil de pauvreté et 16 millions dépendent des associations caritatives pour se nourrir.

Pour améliorer ces chiffres, plusieurs pistes sont possibles. Inciter les restaurateurs et les consommateurs à utiliser les doggy bags en est une (lire ci-contre), une autre passe par la pénalisation des producteurs de déchets alimentaires. Depuis 2012, les industriels de l'agroalimentaire, les hypermarchés et les restaurants servant au-delà d'un certain nombre de couverts sont tenus de faire traiter leurs déchets. Et l'assiette en sera élargie par la loi biodéchets de 2016. Mais parfois, la volonté politique fait défaut.

Conscience. Alors que 63 députés de tous bords avaient déposé, fin 2013, une proposition de loi visant à astreindre les supermarchés de plus de 1000 m² à organiser la collecte des invendus alimentaires encore consommables au profit d'associations caritatives, le gouvernement n'avait pas suivi, expliquant qu'il existe déjà «de nombreux accords entre les associations et la grande distribution», ainsi qu'un «dispositif incitatif» avec la défiscalisation des dons.

En réalité, les pouvoirs publics se montrent largement impuissants face aux quantités de nourriture gaspillée. La Commission européenne a ainsi an-

noncé dans une enquête publiée en octobre 2010 que celles-ci pourraient augmenter de 40% d'ici à 2020 dans l'UE. En réaction, des initiatives citoyennes naissent un peu partout.

En mars 2012, la Disco Soupe s'est ainsi créée sur le modèle de la Schnippel Disko, une «Protest Soup» organisée la même année à Berlin par le mouvement international Slow Food qui promeut «un monde où chacun puisse avoir accès à une nourriture bonne pour lui, pour ceux qui la produisent et pour la planète». Visant à faire prendre conscience aux citoyens de l'ampleur et de l'impact du gaspillage, la Disco Soupe organise «des sessions collectives et ouvertes de cuisine de fruits et légumes de rebut ou invendus dans une ambiance musicale et festive».

«Aberrations.» Autre initiative : les Gars'pilleurs, qui ont vu le jour en 2013 à Lyon. «Avec un ami, on récupérait pour nous le contenu des poubelles des grands magasins», raconte Léo, l'un des fondateurs. Il s'agissait pour eux d'un acte politique et pas d'une nécessité due au manque d'argent. «Mais on s'est rendu compte qu'on ne pouvait pas tout manger à deux», poursuit Léo. D'où leur idée de créer un «mouvement libre dénonçant les aberrations de l'agroalimentaire en distribuant gratuitement sur la voie publique les denrées jetées par les supermarchés.» En octobre, les Gars'pilleurs ont entamé un Gaspi' tour de France. Pendant deux mois, ils ont vidé les poubelles des magasins et sont allés à la rencontre des gens pour les sensibiliser. A Lorient par exemple, ils ont récupéré 400 kilos de nourriture en deux heures, distribués le lendemain au centre de la ville.

C.C. (à Lyon)