

ETAT DES LIEUX DES EMBALLAGES LIES A LA RESTAURATION

RAPPORT

**Fév.
2022**



EXPERTISES

REMERCIEMENTS

Nous remercions les personnes interrogées dans le cadre de cette étude et dont la liste complète figure en annexe de ce rapport.

CITATION DE CE RAPPORT

Take a waste, GIRA Foodservice, Deloitte Développement Durable et Mathieu Hestin, ADEME. 2022. Etat des lieux des emballages liés à la restauration. 172 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne <https://librairie.ademe.fr/>

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

Ce document est diffusé par l'ADEME

ADEME

20, avenue du Grésillé
BP 90 406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 2021MA100004

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par : Take a waste, GIRA Foodservice, Deloitte Développement Durable et Mathieu Hestin

Coordination technique - ADEME : PASQUIER Sylvain, FOUQUE Edouard

Direction : Supervision des filières REP

SOMMAIRE

RÉSUMÉ	6
1 INTRODUCTION	7
1.1 Contexte et objectifs de l'étude.....	8
1.1.1 Contexte	8
1.1.2 Objectifs	10
1.2 Périmètre de l'étude	10
1.2.1 Acteurs de la restauration	10
1.2.2 Emballages et produits concernés.....	10
1.2.3 Année de référence des données	11
2 PHASE 1 : ETAT DES LIEUX	14
2.1 Panorama de la restauration	14
2.1.1 Présentation de la chaîne de valeur.....	14
2.1.2 Maillon « Utilisation » : restauration commerciale, restauration collective, CVA et autres acteurs	15
2.1.2.1 Périmètre.....	15
2.1.2.2 Restauration collective.....	17
2.1.2.3 Restauration commerciale.....	18
2.1.2.4 Circuits de Vente Alternatifs (CVA).....	19
2.1.2.5 Autres acteurs	20
2.1.2.6 Synthèse	22
2.1.3 Maillon « Distribution » : circuits d'approvisionnement des acteurs de la restauration	23
2.1.3.1 Schéma d'ensemble.....	23
2.1.3.2 Circuit n°1 : Grossistes alimentaires	27
2.1.3.2.1 Définition.....	27
2.1.3.2.2 Structure de la profession.....	28
2.1.3.3 Circuit n°2 : Grossistes boissons	28
2.1.3.3.1 Définition.....	28
2.1.3.3.2 Position sur le marché de la restauration.....	28
2.1.3.3.3 Structure de la profession.....	28
2.1.3.4 Circuit n°3 : <i>Cash & carry</i>	29
2.1.3.4.1 Définition.....	29
2.1.3.4.2 Position sur le marché de la restauration.....	29
2.1.3.4.3 Structure de la profession.....	29
2.1.3.5 Circuit n°4 : Achats directs	29
2.1.3.5.1 Définition.....	29
2.1.3.5.2 Position sur le marché de la restauration.....	29
2.1.3.6 Circuit n°5 : Prestataires logistiques.....	31
2.1.3.6.1 Définition.....	31
2.1.3.6.2 Position sur le marché de la restauration.....	31
2.1.3.6.3 Structure de la profession.....	31
2.1.3.7 Circuit n°6 : GMS et commerces de détail	32
2.1.3.7.1 Définition.....	32
2.1.3.7.2 Position sur le marché de la restauration.....	32
2.1.3.8 Synthèse	32
2.1.4 Maillon « Production » : producteurs des produits alimentaires et non-alimentaires	34

2.1.4.1	Chiffres-clés de production des produits alimentaires.....	34
2.1.4.2	Evaluation du nombre de producteurs.....	37
2.1.4.2.1	Producteurs de produits alimentaires – « Gros producteurs »	37
2.1.4.2.2	Producteurs de produits alimentaires – « Petits producteurs »	39
2.1.4.2.3	Producteurs de produits non-alimentaires	43
2.1.4.2.4	Synthèse.....	44
2.1.5	Metteurs sur le marché de produits emballés	45
2.1.5.1	Metteurs sur le marché par type d'acteur et par type d'emballage	45
2.1.5.2	Comparaison avec la REP Emballages ménagers.....	47
2.1.5.2.1	Comparaison des « producteurs ».....	47
2.1.5.2.2	Comparaison des « distributeurs »	47
2.1.5.2.3	Comparaison des « utilisateurs ».....	47
2.1.5.2.4	Cas des commerces alimentaires	48
2.1.5.2.5	Synthèse.....	48
2.2	Emballages mis sur le marché.....	49
2.2.1	Typologie des emballages mis sur le marché.....	49
2.2.2	Evaluation des quantités	50
2.2.2.1	Emballages primaires (E1)	50
2.2.2.1.1	Méthodologie adoptée et emballages couverts.....	50
2.2.2.1.2	Résultats.....	50
2.2.2.2	Emballages secondaires (E2) et tertiaires (E3)	58
2.2.2.2.1	Méthodologie adoptée	58
2.2.2.2.2	Résultats.....	59
2.2.2.3	Emballages vides	62
2.2.2.4	Synthèse des emballages primaires, secondaires-tertiaires et vides à usage unique	63
2.2.2.5	Contenants	65
2.2.3	Distinction des emballages spécifiques à la restauration.....	66
2.2.3.1	Emballages ménagers et emballages professionnels.....	66
2.2.3.2	Règles et pratiques de déclaration dans la REP Emballages ménagers.....	68
2.2.3.2.1	Cas général : déclaration selon le circuit de distribution.....	68
2.2.3.2.2	Cas particulier du « hors foyer » : déclaration selon le lieu de consommation	69
2.2.4	Focus sur le réemploi des emballages de la restauration	71
2.2.4.1	Description des circuits de réemploi.....	71
2.2.4.2	Evaluation des quantités d'emballages réemployés.....	71
2.2.4.2.1	Emballages primaires.....	71
2.2.4.2.2	Emballages secondaires et tertiaires	72
2.3	Gestion des déchets d'emballages de la restauration	74
2.3.1	Observation des pratiques (tri et collecte).....	74
2.3.1.1	Méthodologie adoptée.....	74
2.3.1.1.1	Questionnaire détenteurs	74
2.3.1.1.2	Diagnostics déchets Take a waste	76
2.3.1.1.3	Ensemble du périmètre constituant l'échantillon pour lequel les pratiques de tri et de collecte ont été analysées	77
2.3.1.2	Résultats par type de déchets	79
2.3.1.3	Répartition des collectes entre SPPGD et privé par segments et types de déchets	81
2.3.2	Modélisation des pratiques (production de déchets et collecte)	86
2.3.2.1	Objectifs de la modélisation	86
2.3.2.2	Production de déchets d'emballages par segment de la restauration.....	86
2.3.2.2.1	Méthodologie adoptée	86

2.3.2.2.2	Résultats.....	90
2.3.2.3	Evaluation des possibilités de collecte des déchets d’emballages offerte par le SPPGD aux professionnels.....	91
2.3.2.3.1	Méthodologie adoptée.....	91
2.3.2.3.2	Résultats.....	92

3 PHASE 2 : LEVIERS D’AMELIORATION ET POINTS D’ATTENTION 95

3.1	Leviers d’amélioration.....	95
3.1.1	Description de l’approche méthodologique suivie.....	95
3.1.2	Le développement du réemploi des emballages.....	97
3.1.2.1	Leviers d’actions.....	97
3.1.2.2	Détail des actions concernant le réemploi.....	100
3.1.2.3	Emballages de la restauration susceptibles d’être réemployés.....	101
3.1.2.4	Synthèse.....	103
3.1.3	La réduction à la source hors réemploi.....	104
3.1.3.1	Leviers d’actions.....	104
3.1.3.2	Détail des actions concernant la réduction à la source hors réemploi.....	106
3.1.3.3	Emballages de la restauration susceptibles d’être réduits / supprimés.....	106
3.1.3.4	Synthèse.....	108
3.1.4	Le développement de la collecte, du tri et du recyclage.....	109
3.1.4.1	Leviers d’actions.....	109
3.1.4.2	Détail des actions concernant la collecte, le tri et le recyclage des emballages.....	112
3.1.4.3	Synthèse.....	114
3.1.5	La recyclabilité des emballages et l’intégration de matière recyclée.....	115
3.1.5.1	Leviers d’action.....	115
3.1.5.2	Détail des actions concernant la recyclabilité des emballages et l’intégration de matière recyclée.....	116
3.1.5.3	Emballages de la restauration dont la recyclabilité est susceptible d’être améliorée.....	116
3.1.5.4	Synthèse.....	117
3.2	Points d’attention.....	118
3.2.1	Définitions, périmètre et objectifs.....	118
3.2.2	Flux physiques et responsabilités organisationnelles.....	124
3.2.3	Flux financiers et responsabilités économiques.....	128
3.2.4	Reporting, suivi et contrôle.....	131

ANNEXES.....133

Annexe A :	Détail des établissements de restauration et repas servis en 2018....	133
Annexe B :	Détail des circuits d’approvisionnement de la restauration.....	136
Annexe C :	Liste des produits alimentaires (classification GIRA Foodservice).....	146
Annexe D :	Méthodologie détaillée d’évaluation des quantités d’emballages primaires à usage unique mis sur le marché.....	150
Annexe E :	Table de correspondance avec l’étude ADEME-Citeo : Gisement des emballages de la consommation hors domicile.....	157
Annexe F :	Méthodologie détaillée d’évaluation des quantités d’emballages secondaires et tertiaires à usage unique mis sur le marché.....	160

INDEX DES TABLEAUX ET FIGURES.....166

SIGLES ET ACRONYMES.....169

LISTE DES ACTEURS INTERROGÉS.....170

RÉSUMÉ

La loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire (AGEC) prévoit la mise en place d'une filière à Responsabilité Elargie du Producteur (REP) pour les emballages «consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration». Dans cette perspective, le présent rapport dresse un état des lieux des emballages de la restauration, propose certains leviers pour améliorer la gestion des déchets d'emballages et liste certains points d'attention relatifs à la future filière REP.

L'état des lieux inclut :

- Un panorama des acteurs de la restauration, depuis la production de produits emballés jusqu'à leur utilisation par des professionnels de la restauration. Il apparaît ainsi qu'environ de 500 000 acteurs pourraient être metteurs sur le marché au titre de la REP Emballages de la restauration ;
- Une évaluation des quantités d'emballages mis sur le marché. Pour l'usage unique, le rapport estime que 1,7 millions de tonnes d'emballages sont produits tous les ans, dont une moitié environ d'emballages primaires (le reste d'emballages secondaires, tertiaires et d'emballages vides conditionnés sur le lieu de vente) ;
- Une étude de la gestion des déchets d'emballages par les structures de restauration. Les palettes et le carton brun ressortent comme les emballages les mieux triés, tandis que les plastiques, les fibreux et même le verre sont assez peu triés (même s'il reste difficile d'avoir des chiffres précis et représentatifs de l'ensemble des structures de la restauration).

Les leviers d'amélioration, au nombre d'une vingtaine, couvrent les enjeux suivants : développement du réemploi des emballages, réduction à la source (hors réemploi), collecte, tri et recyclage, et enfin recyclabilité des emballages de la restauration.

Le principal point d'attention, relativement à la future REP Emballages de la restauration, concerne son périmètre : il faudra bien distinguer les emballages qui relèvent d'un périmètre ménager (d'une part) et les emballages qui relèvent d'un périmètre professionnel (d'autre part).

ABSTRACT

The French law of February 2020 for a circular economy institutes an Extended Producer Responsibility (EPR) for packaging “consumed or used by professionals providing food services”. In order to prepare this, our report gives an overview of food service packaging, proposes some options to improve packaging waste management and draws attention to a few critical points related to the future EPR.

The overview includes:

- A big picture of food services players, from the production of packaged goods to their use by food services professionals. It thus appears that approximately 500,000 players could be considered as producers under the future EPR;
- An assessment of the quantities of packaging placed on the market. For single use, the report estimates that 1.7 million tonnes of packaging are produced every year, of which around half is primary packaging (the rest is secondary, tertiary and empty packaging packaged on selling locations);
- A study of food services packaging waste management. Pallets and brown cardboard stand out as the best-sorted packaging types, while plastics, fibrous materials and even glass are rather poorly sorted (even if it remains difficult to have precise and representative figures for all catering structures).

The options to improve packaging waste management, about twenty in number, cover the following issues: development of packaging reuse, packaging waste prevention (other than reuse), collection, sorting and recycling, and finally recyclability of food services packaging.

The most critical point, in order to set up food services packaging EPR, relates to the EPR scope: it will be necessary to make out between packaging which falls within a household scope (on the one hand) and packaging which falls within a professional scope (on the other hand).

1 Introduction

1.1 Contexte et objectifs de l'étude

1.1.1 Contexte

La présente étude s'inscrit dans le contexte des réglementations française et européenne récentes – présentées dans le tableau suivant – et en particulier :

- **La directive n°2018/852**, modifiant la directive 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballages. L'article 7 de la directive impose aux Etats-Membres de mettre en place un régime de Responsabilité Elargie du Producteur (REP) pour tous les emballages au plus tard le 31 décembre 2024 ;
- **La loi n°2020-105 du 10 février 2020, dite loi Anti-Gaspillage et pour une Economie Circulaire (AGEC)**. L'article 62 de la loi AGEC prévoit que les emballages « consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration » et qui ne sont pas déjà couverts par le 1° de l'article L. 541-10-1 relèvent du principe de responsabilité élargie du producteur au 1^{er} janvier 2021. Par la loi 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, la mise en place de la filière REP des emballages de la restauration est finalement repoussée au 1^{er} janvier 2023¹.

Le tableau ci-après présente les réglementations qui ont un impact direct ou indirect sur les emballages du secteur de la restauration.

Réglementations	Objectifs s'appliquant directement à la restauration	Objectifs auxquels la restauration doit contribuer
La directive n°2018/851, modifiant la directive 2008/98/CE relative aux déchets	• -	<ul style="list-style-type: none">• Définition d'exigences minimales pour les régimes de responsabilité élargie des producteurs• Mesures pour éviter la production de déchets (prévention)• Objectifs à horizon 2025 et 2030 de réemploi des produits et recyclage des déchets municipaux
La directive n°2018/852, modifiant la directive 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballages	• -	<ul style="list-style-type: none">• Mesures pour encourager l'augmentation de la part d'emballages réutilisables mis sur le marché et des systèmes de réemploi des emballages qui soient respectueux de l'environnement• Objectifs de recyclage des emballages par matière à horizon 2025 et 2030• Mise en place de systèmes de reprise, de collecte et de valorisation, en particulier régime de REP pour l'ensemble des emballages au 31 décembre 2024 (voir les compléments d'information à la suite de ce tableau)
La directive n°2019/904, dite directive Single-use Plastics (SuP), relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement	<ul style="list-style-type: none">• Mise en place de régimes de responsabilité élargie des producteurs pour les récipients pour aliments, sachets et emballages en matériaux souples contenant des aliments destinés à être consommés immédiatement dans le sachet ou l'emballage, récipients de boissons, gobelets pour boissons.	<ul style="list-style-type: none">• Objectifs de collecte séparée, en vue d'un recyclage, des bouteilles en plastique pour boissons à horizon 2025 et 2029

¹ Article n°28 de la loi « Climat et résilience ».

Réglementations	Objectifs s'appliquant directement à la restauration	Objectifs auxquels la restauration doit contribuer
	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de mise sur le marché des produits en plastique suivants : couverts (fourchettes, couteaux, cuillères, baguettes), assiettes, récipients pour aliments en polystyrène expansé, récipients pour boissons en polystyrène expansé, gobelets pour boissons en polystyrène expansé 	
<p>La Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable, issue des États généraux de l'alimentation (EGALIM), promulguée le 1^{er} novembre 2018 ;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction au plus tard le 1er janvier 2020 des bouteilles d'eau en plastique en restauration scolaire • Interdiction en 2025 de l'utilisation des contenants en plastique pour la cuisson, la remise en température et le dressage des denrées alimentaires dans la restauration collective à destination d'enfants, jeunes enfants et étudiants. • Interdiction au plus tard le 1er janvier 2020 de mise à disposition des ustensiles à usage unique en matière plastique : gobelets, verres, assiettes, pailles, couverts, piques à steak, couvercles à verre, plateaux-repas, pots à glace, saladiers, boîtes et bâtonnets mélangeurs pour boisson 	<ul style="list-style-type: none"> •
<p>La loi n°2020-105 du 10 février 2020, dite loi Anti-Gaspillage et pour une Economie Circulaire (AGEC), relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obligation pour la restauration rapide, dès le 1er janvier 2023, d'utiliser de la vaisselle réemployable pour les repas et les boissons servis sur place (gobelets, couvercles, assiettes, récipients, couverts) • Obligation pour les services de portage quotidien de repas à domicile, au 1^{er} janvier 2022, d'utiliser des gobelets, couverts, assiettes et récipients réutilisables et de mettre en place une collecte • Chaque consommateur pourra, dès le 1er janvier 2021, apporter un contenant réutilisable dans les commerces de vente au détail. Les vendeurs de boissons à emporter devront proposer une tarification plus basse lorsque la boisson est vendue dans un récipient réemployable apporté par le consommateur. La mesure entrera en vigueur dès promulgation de la loi. • Définition des gammes standards d'emballages réemployables pour les secteurs de la restauration 	<ul style="list-style-type: none"> • Fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040 • A partir du 1^{er} janvier 2021, la distribution gratuite des bouteilles en plastique dans les établissements recevant du public ou dans les locaux professionnels sera interdite • A partir du 1^{er} janvier 2021, lors d'évènements festifs, culturels ou sportifs, les sponsors ne pourront plus imposer l'utilisation de bouteilles en plastique • A partir du 1^{er} janvier 2022, le suremballage plastique des fruits et légumes frais de moins de 1,5 kilogramme sera interdit (<i>cette disposition touche indirectement certains acteurs de la restauration qui s'approvisionne en grande distribution/commerce de détail</i>). • Objectifs de réemploi des emballages à horizon 2023 et 2027 • Objectif de réduire de 50 % le nombre de bouteilles en plastique à usage unique d'ici à 2030
<p>Le décret n° 2021-517 du 29 avril 2021, dit « Décret 3R », promulgué en application de la loi AGECE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif de 20 % de réduction des emballages plastiques à usage unique d'ici fin 2025, dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation • Objectif de tendre vers une réduction de 100 % des emballages en plastique à usage unique « inutiles »

Réglementations	Objectifs s'appliquant directement à la restauration	Objectifs auxquels la restauration doit contribuer
		<ul style="list-style-type: none"> Objectif de 100 % d'emballages en plastique à usage unique recyclables d'ici au 1er janvier 2025
Loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> À compter du 1er janvier 2025, les emballages constitués pour tout ou partie de polymères ou de copolymères styréniques, non recyclables et dans l'incapacité d'intégrer une filière de recyclage, sont interdits

Tableau 1 : Réglementations en lien avec les emballages de la restauration

1.1.2 Objectifs

L'objet de la présente étude est :

- D'établir un état des lieux des emballages consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration** et une cartographie des acteurs concernés en prenant en compte les étapes de mise en marché, de consommation du produit, de pratique de tri à la source, de collecte du déchet d'emballage. Cet état des lieux comprendra aussi une estimation des taux de recyclage et réemploi actuels des emballages liés à la restauration ;
- D'identifier les points d'attention découlant de l'état des lieux** et de proposer des recommandations pour la mise en place ultérieure d'une REP restauration : articulation avec la REP existante des emballages ménagers, prise en compte des emballages de type industriels et commerciaux, leviers pour améliorer les taux de recyclage et de réemploi.

Ces deux objectifs correspondent aux deux phases de l'étude : état des lieux d'une part et points d'attention d'autre part.

1.2 Périmètre de l'étude

1.2.1 Acteurs de la restauration

L'étude couvre l'ensemble des activités de restauration au sens large, c'est-à-dire l'ensemble de la consommation hors domicile de nourriture ou de boisson. Les acteurs de la restauration correspondant à ce périmètre sont précisés au dans la partie 1.1 de ce rapport.

1.2.2 Emballages et produits concernés

L'article R. 543-43 du Code de l'environnement définit un emballage comme « tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et à protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. » La directive 94/62/CE introduit la distinction de trois types d'emballages :

- **L'emballage primaire** : premier emballage du produit emballé ;
- **L'emballage secondaire** : emballage de regroupement des produits ;
- **L'emballage tertiaire** : emballage de transport des produits.



Figure 1 : Illustration des différents types d'emballages²

Par ailleurs dans le cadre de cette étude il a été distingué à l'intérieur des emballages primaires la catégorie des **emballages vides**, définis comme des emballages achetés vides par la structure de restauration et conditionnés sur le lieu de vente au consommateur : par exemple, des barquettes traiteur, des boîtes à pizza ou à pâtisseries, etc.

Selon les termes de la loi AGEC, les emballages qui relèvent du principe de responsabilité élargie du producteur sont ceux « consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration ».

Il peut donc s'agir des emballages des :

- **Produits alimentaires consommés ou utilisés par les professionnels de la restauration** : ces emballages, très majoritaires, constituent le cœur de l'étude ;
- **Produits non-alimentaires consommés ou utilisés par les professionnels de la restauration, c'est-à-dire les consommables liés à l'activité de restauration (produits d'entretien, serviettes, etc.)** : ces emballages font aussi partie du périmètre de l'étude, mais leur analyse sera moins approfondie que celle des emballages des produits alimentaires.

1.2.3 Année de référence des données

Le choix a été fait de retenir 2018 comme année de référence des données. Ce choix s'explique par deux raisons principales :

- Premièrement, les principales études consolidées ont 2018 comme année de référence :
 - L'étude réalisée par FranceAgriMer intitulée « Panorama de la consommation alimentaire hors domicile »³ ;
 - L'étude réalisée par l'ADEME et Citeo sur le gisement des emballages liés à la consommation hors domicile des ménages ;
- Deuxièmement, l'épidémie de covid-19 fait de l'année 2020 une année qui n'est pas représentative en termes de données. La dernière année représentative est l'année 2019, qui n'est pas structurellement différente de l'année 2018 : c'est pourquoi l'année 2018 peut être conservée comme année de référence des données.

Impacts de la crise sanitaire sur le secteur de la restauration et l'utilisation d'emballages

Les analyses de GIRA Foodservice mettent en évidence deux impacts importants de la crise du covid-19 :

1. **Le coup d'arrêt de la croissance du marché.** Sur l'ensemble de l'année 2020, la baisse de fréquentation tous segments confondus s'établit à environ un tiers ; mais tous les segments ne sont pas également affectés, comme le montre la figure ci-dessous.

² Source : Conseil National de l'Emballage, 2015, L'emballage, acteur important de la logistique des produits

³ Etude réalisée pour FranceAgriMer par GIRA Foodservice.

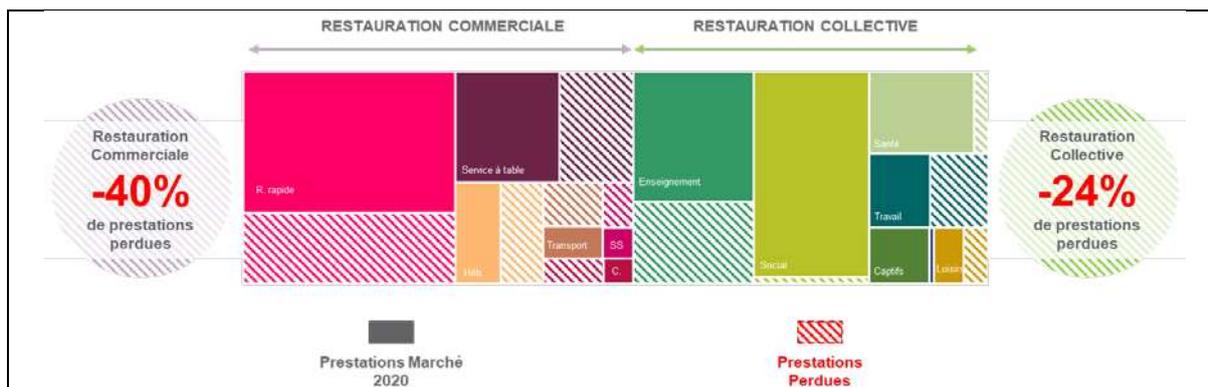


Figure 2 : Perte de prestations (en valeur) par segment de restauration entre 2019 et 2020

Il apparaît clairement que le manque à gagner dû au covid-19 est plus important pour la restauration commerciale que pour la restauration collective. Au sein de la restauration commerciale, tous les segments sont touchés, même si la restauration rapide et – dans une moindre mesure – la restauration service à table ont mieux résisté que les autres. Au sein de la restauration collective, les segments « social » et « santé », qui sont restés actifs même pendant le confinement, ont très peu perdu de valeur entre 2019 et 2020. La restauration collective est donc globalement plus résiliente, à l'exception de la restauration d'entreprise qui a été très affectée par la crise sanitaire.

2. **Des nouvelles formes de restauration et notamment la livraison à domicile.** Les plateformes de livraison de repas ont signé une année record en 2020, avec un décollage très net au moment du 2^e confinement.

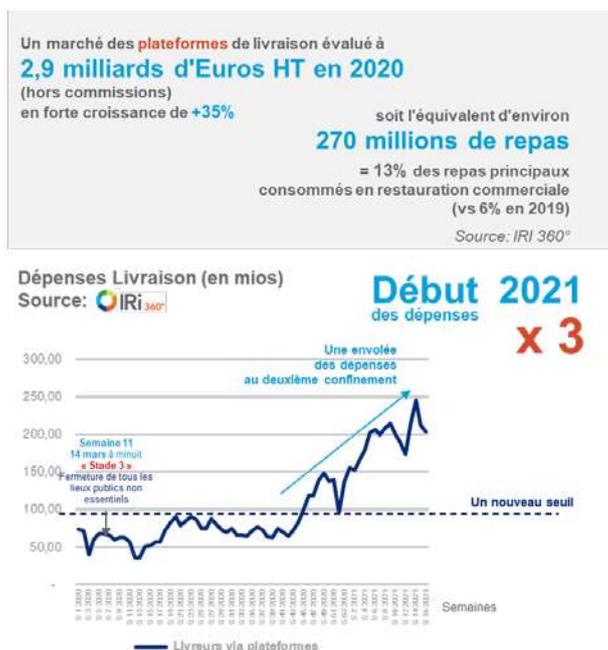


Figure 3 : Croissance 2020 de la livraison de repas via les plateformes en ligne

Logiquement, le poids des plateformes de livraison dans le total des dépenses de la restauration commerciale a fortement progressé en 2020, représentant même début 2021 plus de 35 % du total.



Figure 4 : Poids des dépenses via les plateformes vs le total des dépenses en restauration commerciale (%)

L'essor de la livraison de repas est également concomitant au développement des « dark kitchens », qui recourent de multiples réalités :

- Les *pure players* de type Frichti ;
- Les livreurs ayant des sites production propres ;
- Des chaînes commerciales (ex : Planet Sushi / Poké Bowl) développant des enseignes fantômes ;
- Les activités connexes de sociétés de restauration collective et traiteurs ;
- Les livreurs de plateaux repas ;
- Et quelques loueurs de cuisines partagées.

Il faut cependant souligner que les dark kitchens représentent encore une part très minoritaire de l'ensemble des dépenses faites sur les plateformes de livraison de repas.

Le développement important de la livraison de repas à domicile a nécessairement des impacts sur la quantité d'emballages utilisés pour la livraison elle-même ; cependant, ces emballages ne sont pas spécifiquement identifiés dans la présente étude.

2 Phase 1 : Etat des lieux

2.1 Panorama de la restauration

2.1.1 Présentation de la chaîne de valeur

On peut découper schématiquement en trois maillons la chaîne de valeur de la restauration :

1. **Production** : ensemble des producteurs de produits alimentaires et non-alimentaires (utilisés en restauration). Les produits alimentaires eux-mêmes peuvent être distingués :
 - Par famille : produits carnés, produits aquatiques, produits végétaux, boissons, etc.
 - Par température : ambiant, frais, surgelé ;
2. **Distribution** : ensemble des intermédiaires entre les deux maillons extrêmes de la chaîne de valeur, intermédiaires dont la fonction principale est logistique : centralisation de l'offre de plusieurs producteurs (d'une part) et livraison à plusieurs utilisateurs professionnels (d'autre part). L'étude propose de distinguer six circuits dominants d'approvisionnement des restaurateurs en produits alimentaires ;
3. **Utilisation** : ensemble des acteurs de la restauration, utilisateurs des produits alimentaires et non-alimentaires. On peut distinguer quatre grandes catégories d'acteurs de la restauration :
 - Restauration commerciale ;
 - Restauration collective ;
 - Circuits de Vente Alternatifs (CVA) ;
 - Autres acteurs.

Ces grandes catégories sont précisées et décrites ci-après (paragraphe 1.1.1.1 et suivants).

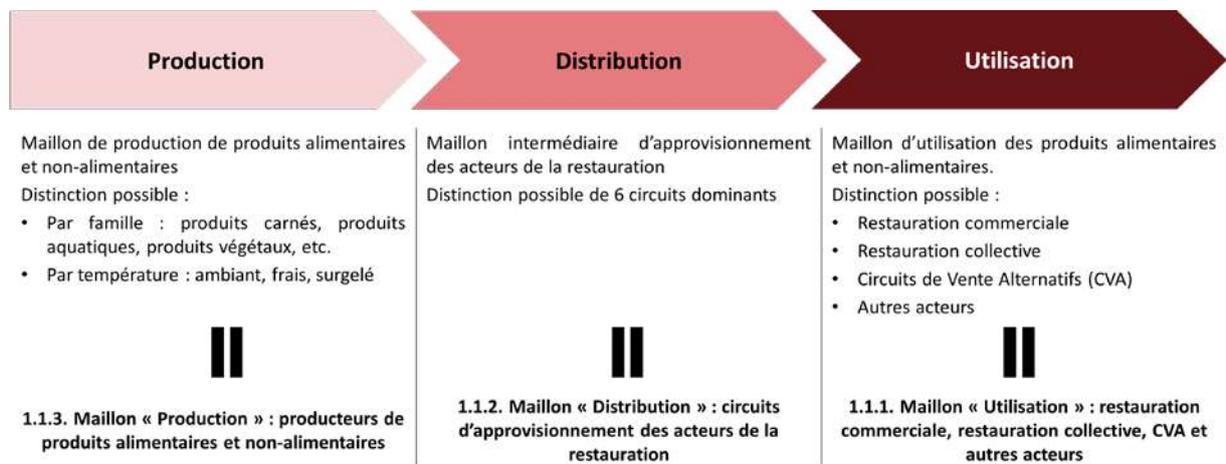


Figure 5 : Chaîne de valeur (simplifiée) de la restauration

REMARQUE : selon le type d'emballage concerné (primaire, secondaire, ou tertiaire), à tous les maillons de la chaîne de valeur les acteurs de la restauration peuvent être « metteurs sur le marché » de produits emballés : une analyse spécifique de ce point est développée dans la partie 1.1.4 ci-après.

2.1.2 Maillon « Utilisation » : restauration commerciale, restauration collective, CVA et autres acteurs

2.1.2.1 Périmètre

Le schéma ci-après propose de classer les acteurs de la restauration selon deux critères principaux :

1. **Nature de l'activité principale** : la restauration est-elle, oui ou non, l'activité principale de l'acteur ?
2. **Lieu de consommation** : la nourriture ou la boisson consommée l'est-elle plutôt sur place ou bien à emporter ? Ce critère est moins binaire que le précédent et s'envisage plutôt comme un continuum allant du « 100 % sur place » au « 100 % à emporter », sans séparation très tranchée entre des acteurs qui ne proposeraient que l'un ou que l'autre.

Ainsi le périmètre de l'étude intègre toute la consommation hors domicile de nourriture ou de boisson – y compris :

- Quand l'activité principale n'est pas une activité de restauration ;
- Quand la consommation ne se fait pas « sur place » ;
- Quand une boisson seulement est consommée.

A noter : sauf précision contraire, l'ensemble des chiffres de cette partie (nombre d'acteurs) sont fournis par GIRA Foodservice.

Périmètre de l'étude (ensemble du schéma) = consommation hors domicile de nourriture ou de boisson

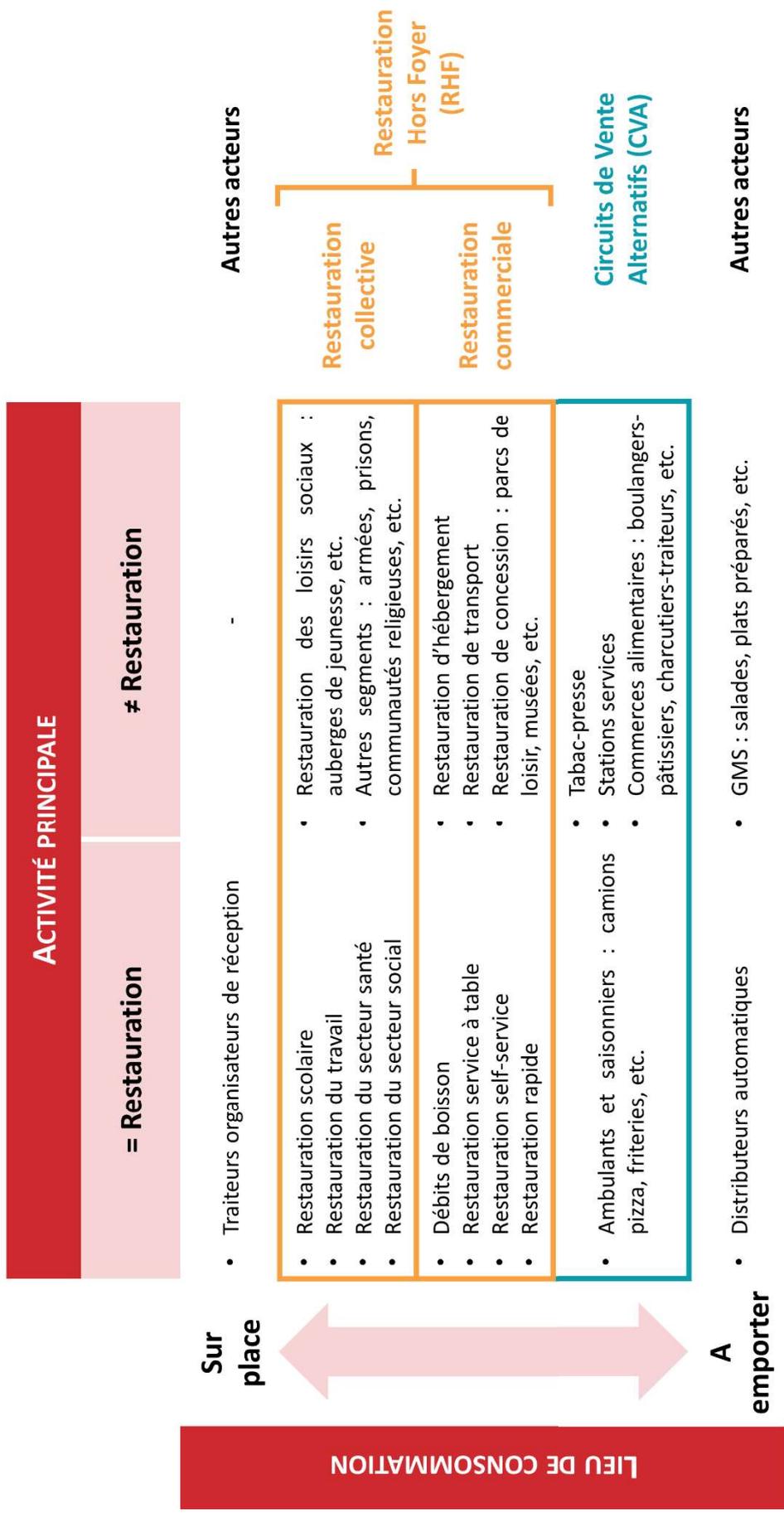


Figure 6 : Présentation du périmètre de l'étude

2.1.2.2 Restauration collective

La restauration collective réunit des structures de restauration s'adressant à des typologies de convives bien définies et que l'on peut qualifier de plus ou moins captives à leur univers d'appartenance : travailleurs sur leur lieu de travail, élèves et étudiants en milieu scolaire, patients en établissements de santé, résidents et pensionnaires en maison de retraite, ou encore personnels de l'armée ou détenus en centres pénitentiaires.

La particularité de cette restauration collective est qu'elle se distingue par son caractère social qui vise à produire un repas aux convives d'une collectivité déterminée (jeune, patient, salarié, etc.) à un prix modéré. La gestion de ces structures relève du domaine privé (entreprises), mais surtout du domaine public ou associatif. En général le prix des repas payé par les consommateurs est subventionné : l'entreprise, la commune, le département, la région, les aides sociales pour personnes âgées, etc.

Son évolution est conditionnée par l'évolution structurelle des marchés supports auprès desquelles elle évolue (par exemple le nombre d'élèves scolarisés ou la durée des études, le nombre de patients hospitalisés), le taux de chômage, le télétravail, etc. ainsi que des grands axes de politique sociale gouvernementaux. La restauration collective en France occupe historiquement une place importante, contrairement à d'autres pays européens tels que l'Espagne ou l'Italie ; cette spécificité est principalement liée à l'instauration de politiques sociales fortes.

On dénombre en France :



Le détail du nombre d'établissements par segment est présenté dans le graphique ci-dessous :

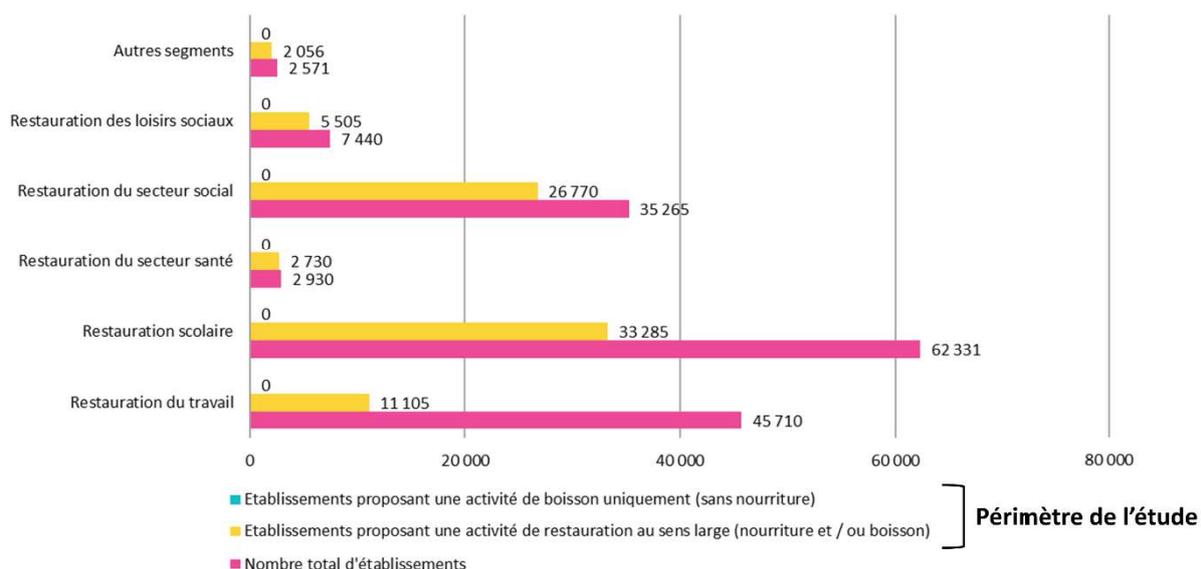


Figure 7 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Restauration collective »

Le détail par sous-segment, y compris le nombre de repas servis en 2018, est présenté dans l'annexe A du rapport.

2.1.2.3 Restauration commerciale

La restauration commerciale regroupe des établissements à vocation commerciale, accessibles à tout public, qu'ils soient distingués selon le type de prestations servies (restauration traditionnelle, gastronomique, à thème, rapide), le type de service proposé (service à table, self-service, vente à emporter) ou encore le lieu de prise de la prestation alimentaire (hôtels, sites de transports, sites de loisirs, sites culturels).

Contrairement à la restauration collective, la restauration commerciale est tributaire dans son évolution de phénomènes plus sociétaux comme les choix de consommation des Français, leur pouvoir d'achat, leurs arbitrages en matière de dépenses de loisirs, l'évolution de leur rythme de vie et leurs comportements alimentaires, ou encore de l'attrait touristique du territoire français par les étrangers.

On dénombre en France :



Le détail du nombre d'établissements par segment est présenté dans le graphique ci-dessous :

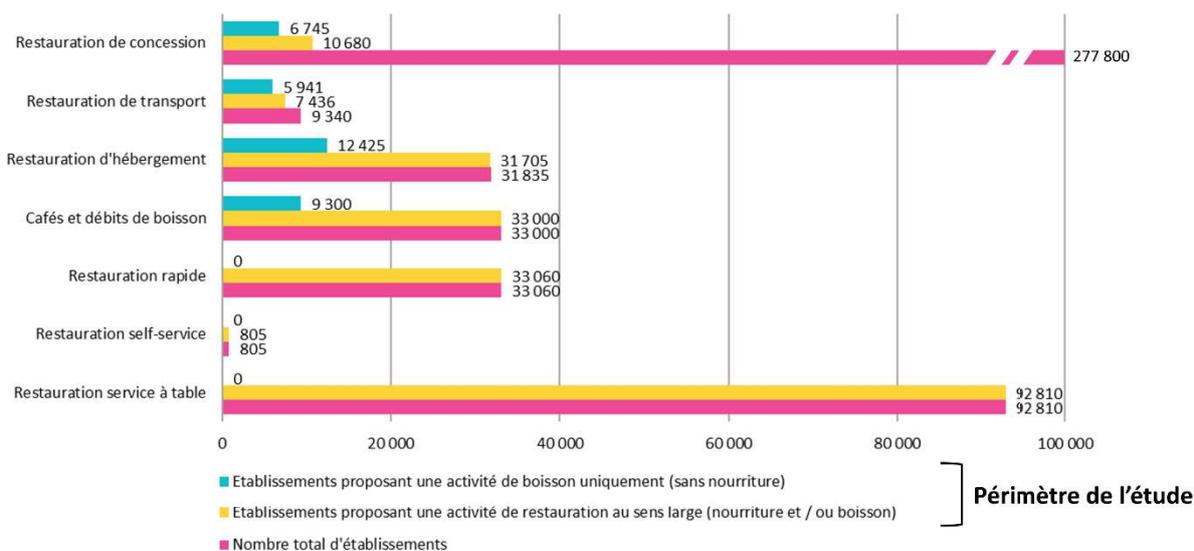


Figure 8 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Restauration commerciale »

Le détail par sous-segment, y compris le nombre de repas servis en 2018, est présenté dans l'annexe A du rapport.

2.1.2.4 Circuits de Vente Alternatifs (CVA)

Les circuits de vente alternatifs sont des établissements qui proposent des produits snacking ou des solutions repas au sein de leur activité, sachant que pour beaucoup d'entre eux le cœur de métier n'est pas la restauration. Ce sont par exemple les commerces alimentaires comme les boulangeries pâtisseries et d'autres magasins de proximité (charcutiers-traiteurs, confiseries, etc.), les boutiques de stations-service, les circuits quotidiens de type kiosques à journaux et tabacs ou encore des ambulants et saisonniers. A noter que les caves à vins, caves à bière, magasins spécialisés en vente de boissons alcoolisées sont hors périmètre. Les « sous-segments » constituant chaque segment des CVA sont présentés en annexe A du rapport.

Les circuits de vente alternatifs sont partie intégrante de la consommation hors domicile dans la mesure où ils captent une part croissante des consommations alimentaires hors domicile et proposent une offre de plus en plus élaborée de produits snacking et solutions repas.

On dénombre en France :



Le détail du nombre d'établissements par segment est présenté dans le graphique ci-dessous :

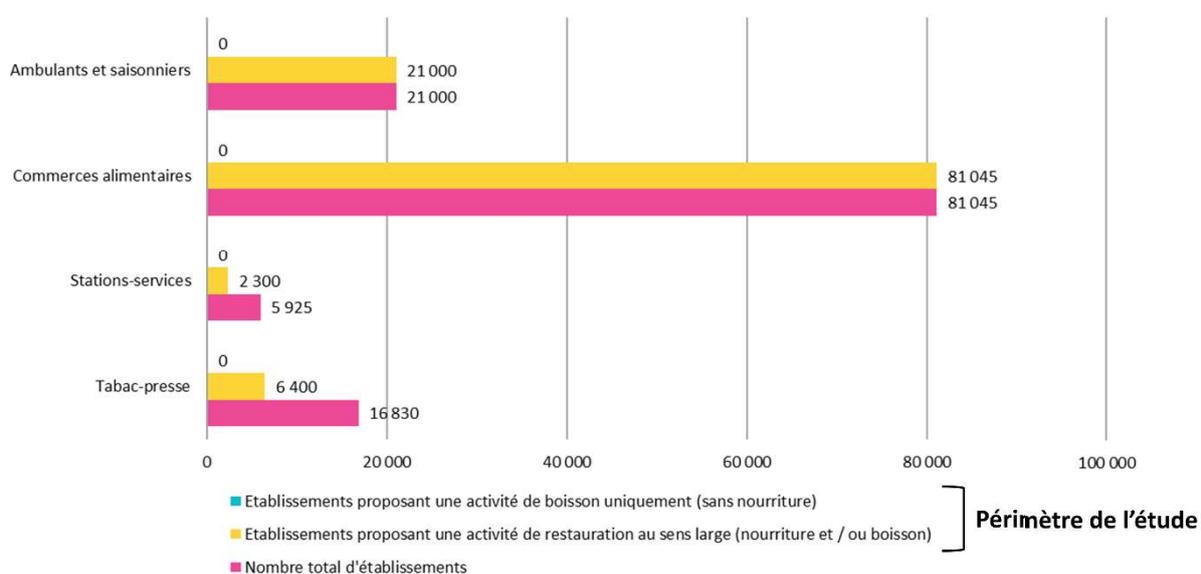


Figure 9 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Circuits de vente alternatifs »

Le détail par sous-segment, y compris le nombre de repas servis en 2018, est présenté dans l'annexe A du rapport.

2.1.2.5 Autres acteurs

Les **Traiteurs Organisateur de Réception (TOR)** conçoivent, produisent et animent des prestations de restauration (repas, banquet, buffet, etc.) dans le cadre d'un événement particulier (mariage, anniversaire, salon, etc.). Selon GIRA Foodservice, il existe en France 1 300 sociétés de traiteurs organisateurs de réception, dont 50 seulement réalisent un chiffre d'affaires annuel supérieur à 5 millions d'euros :

Chiffre d'affaires 2018	Nombre d'établissements	Chiffre d'affaires cumulé (M€)
plus de 10 millions € HT	20	555
5 à 10 M€	30	203
3 à 5 M€	59	211
2 à 3 M€	68	161
1 à 2 M€	164	234
750 k€ à 1 M€	159	136
Moins de 750 k€	800	200
TOTAL	1 300	1 700

Tableau 2 : Structure de la profession des Traiteurs Organisateur de Réception (TOR)

Pour les **Distributeurs Automatiques (DA)**, les chiffres suivants sont communiqués par GIRA Foodservice pour l'année 2017 :

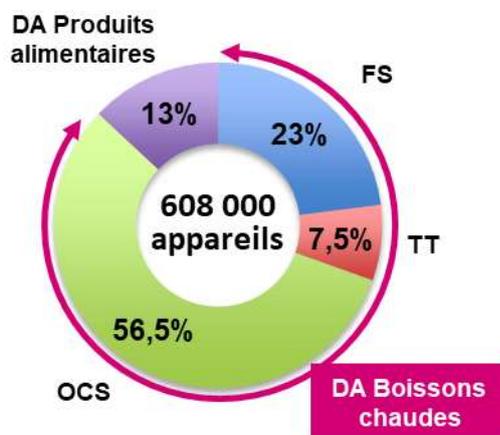


Figure 10 : Parc installé de distributeurs automatiques en France (année 2017)

Légende :

- *Office Coffee Service (OCS)* : distributeurs de boissons chaudes placés sur une table ;
- *Table Top (TT)* : même principe en plus petit format ;
- *Free Standing (FS)* : distributeurs « debout ».

Il est globalement admis par la profession que les gestionnaires de distributeurs automatiques sont au nombre de 1 000. Ce chiffre n'est pas extrêmement précis car beaucoup de sociétés unipersonnelles travaillent dans ce milieu ; c'est ce que l'on appelle la micro et petite gestion, qui assurent environ 15 % du marché, alors que les cinq premiers groupes de ce marché réalisent environ 40 % du chiffre d'affaires total.

Enfin les **Grandes et Moyennes Surfaces (GMS)** sont de plus en plus nombreuses à proposer des produits de restauration rapide à emporter, comme des sandwichs, boissons, salades (y compris sous forme de bars à salade à l'intérieur des magasins), etc. Selon la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD), il existe 44 000 points de vente alimentaires généralistes répartis sur l'ensemble du territoire français⁴.

A noter : les autres acteurs, qui sont dans le périmètre de la REP emballages ménager, n'ont pas fait l'objet d'analyses spécifiques dans le cadre de cette étude. Ils sont pris en compte dans l'évaluation du nombres d'acteurs et pour la GMS dans les quantités d'emballages mis en marché. Par contre ils ne sont pas pris en compte dans la partie portant sur la gestion des déchets.

⁴ <http://www.fcd.fr/le-secteur/le-commerce-et-la-distribution/>

2.1.2.6 Synthèse

Restauration commerciale

= ~210 000 établissements



Restauration collective

= ~80 000 établissements



Circuits de Vente Alternatifs (CVA)

= ~110 000 établissements



Autres acteurs

Traiteurs Organismes de Réception (TOR) = 1 300 / Distributeurs Automatiques (DA) = 1 000 / Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) = 44 000

2.1.3 Maillon « Distribution » : circuits d’approvisionnement des acteurs de la restauration

2.1.3.1 Schéma d’ensemble

Les acteurs de la restauration peuvent être distingués selon leur nature de gestion :

	Gestion organisée	Gestion directe
Restauration commerciale	Chaînes	Restauration commerciale indépendante
Restauration collective	Sociétés de Restauration Collective (SRC)	Collectivités autogérées
CVA	Chaînes	Indépendants

Tableau 3 : Distinction des acteurs de la restauration selon leur nature de gestion

*La « gestion organisée » est appelée aussi « restauration structurée »
La « gestion directe » est appelée aussi « restauration indépendante »*

Pour cartographier les différents circuits d’approvisionnement des acteurs de la restauration commerciale et collective (hors CVA et autres acteurs), deux schémas ont été réalisés :

- Un schéma des circuits dominants d’approvisionnement des acteurs de la restauration. Pour des raisons de lisibilité, ce schéma est volontairement simplifié dans la mesure où il se concentre sur les principaux flux entre les acteurs, la règle de représentation étant la suivante : les flux inférieurs à 250 millions d’euros, soit moins de 1 % du total des achats de la restauration, ne sont pas représentés. Mais quoique simplifié, **ce schéma d’ensemble des circuits d’approvisionnement reste extrêmement représentatif puisqu’il couvre 95,6 % des achats de la restauration commerciale et collective en valeur : 24,11 sur 25,21 milliards d’euros d’achats alimentaires ;**
- Un schéma des circuits secondaires d’approvisionnement des acteurs de la restauration, faisant figurer les flux d’achat de moins de 250 millions d’euros. L’ensemble des circuits secondaires d’approvisionnement représente 1,10 milliards d’euros, soit 4,4 % des achats de la restauration commerciale et collective en valeur.

Dans les deux cas, il faut noter que les schéma ci-dessous ne couvrent que les achats alimentaires (*food & beverage*) des restaurateurs, parce que les données GIRA Foodservice n’intègrent pas les produits non-alimentaires. Les circuits d’approvisionnement en produits non-alimentaires sont les mêmes, i.e. il n’y a pas d’autres circuits qui existent.

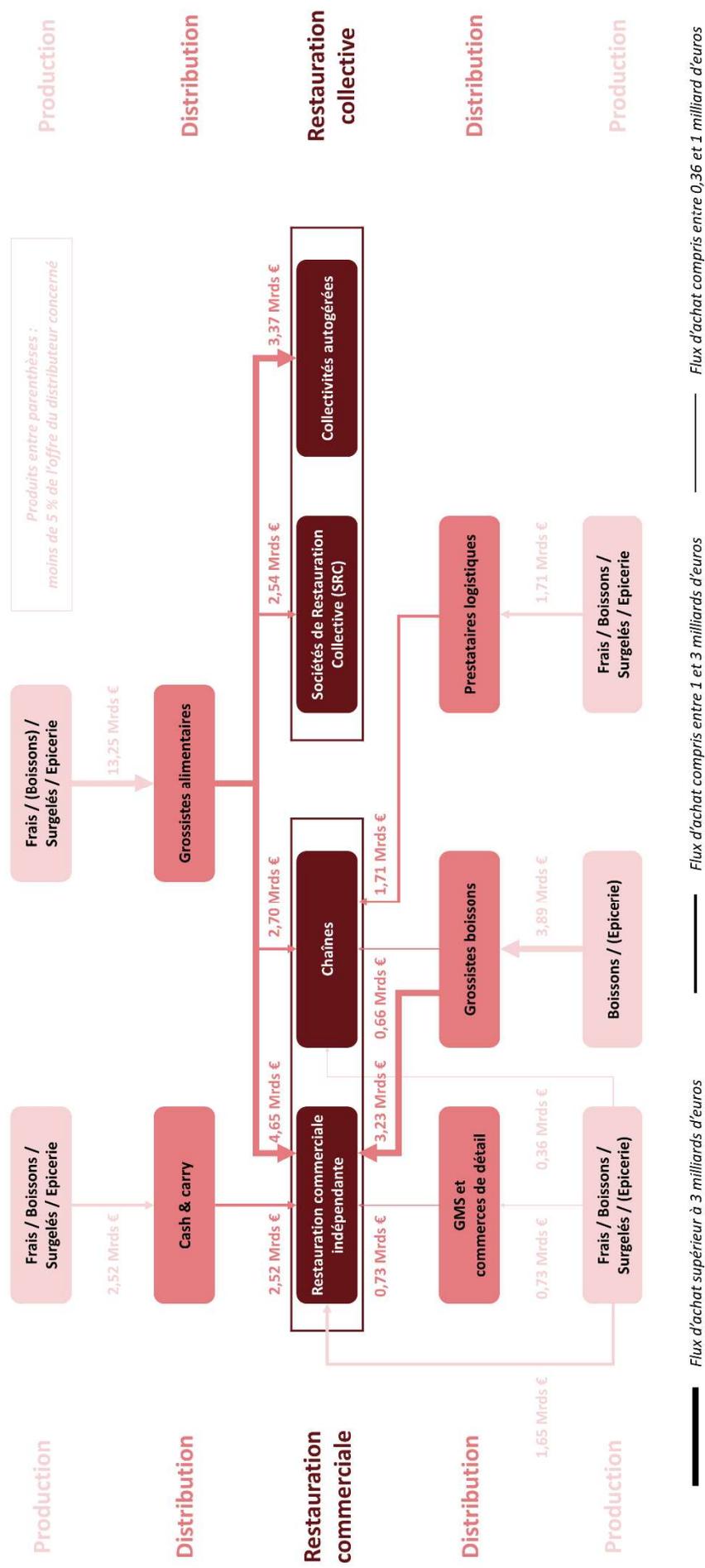


Figure 11 : Schéma des circuits dominants d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective (95,6 % des achats hors CVA)

Six circuits d'approvisionnement dominants se dégagent du schéma principal :

1. L'approvisionnement de tous les acteurs de la restauration commerciale et collective par des **grossistes alimentaires** : 13,26 milliards d'euros ;
2. L'approvisionnement de la restauration commerciale indépendante par des **boissons** : 3,89 milliards d'euros ;
3. L'approvisionnement de la restauration commerciale indépendante par la **cash & carry** : 2,52 milliards d'euros ;
4. **L'achat direct** par la restauration commerciale de produits frais, boissons, surgelés et épicerie : 2,01 milliards d'euros ;
5. L'approvisionnement de la restauration commerciale chaînée par des **prestataires logistiques** : 1,71 milliards d'euros ;
6. L'approvisionnement de la restauration commerciale indépendante par la **GMS et les commerces de détail** : 0,73 milliards d'euros.

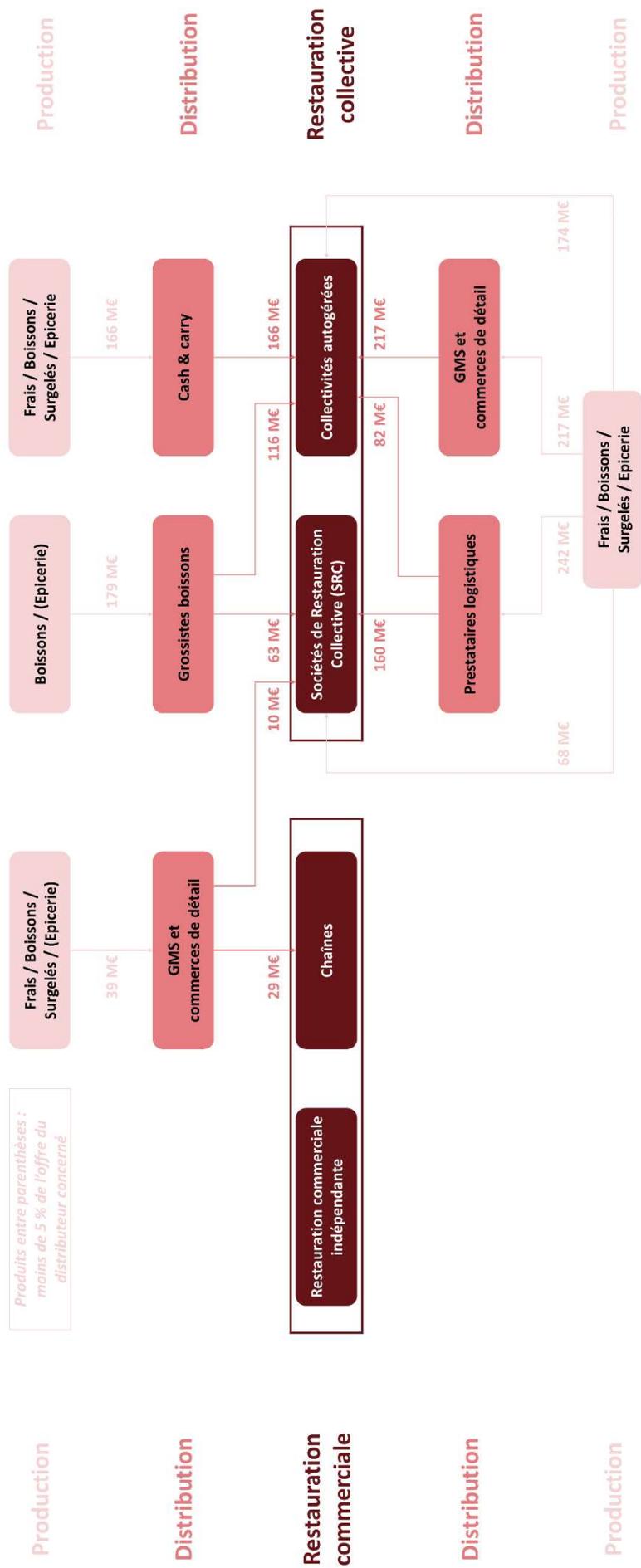


Figure 12 : Schéma des circuits secondaires d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective (4,4 % des achats hors CVA)

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l'ensemble des produits achetés par la restauration commerciale et collective :

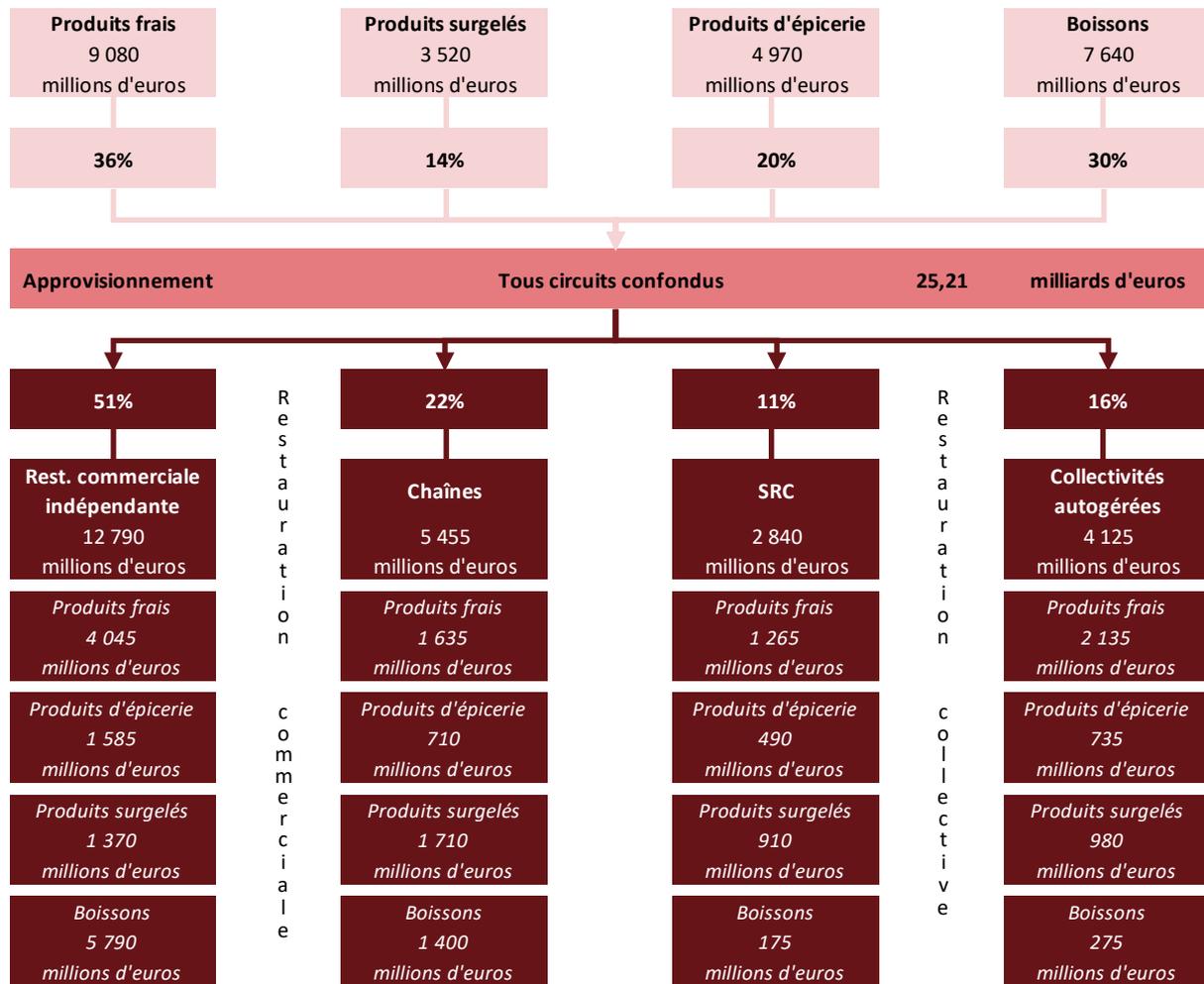


Figure 13 : Chiffres-clés des circuits d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective (100 % des achats hors CVA)

La suite du rapport présente les principales caractéristiques des six circuits dominants d'approvisionnement de la restauration. Les chiffres détaillés de chaque circuit sont disponibles en annexe B du rapport.

2.1.3.2 Circuit n°1 : Grossistes alimentaires

2.1.3.2.1 Définition

Les grossistes alimentaires sont spécialisés dans la distribution de produits alimentaires à destination d'une clientèle constituée majoritairement de professionnels de la restauration collective et commerciale. Cependant, ces acteurs disposent d'un portefeuille produits qui est soit très généraliste, soit très spécifique. Ainsi on retrouve :

- **Des grossistes *full line*** qui intègrent toutes les technologies de produits alimentaires : produits frais, produits d'épicerie, produits surgelés et boissons. C'est le cas du groupe POMONA, TRANSGOURMET ou encore PRO à PRO ;
- **Des grossistes avec une activité centrée sur une gamme / catégorie de produits :**
 - Des produits secs ou des produits d'épicerie qui se conservent à température ambiante. C'est le cas de GEDAL par exemple ;
 - Des produits surgelés et glaces qui se conservent en froid négatif à l'exemple de RELAIS D'OR ou SYSCO ;
 - Des produits frais qui se conservent à température contrôlée. Au sein des gammes de produits frais, les grossistes sont également spécialisés sur des gammes alimentaires spécifiques :
 - Produits laitiers comme France FRAIS ou GRAL-GRANCOEUR ;
 - Produits végétaux comme VIVALYA ou CRENO ;
 - Produits de la mer où l'on retrouve les mêmes distributeurs qui délivrent des fruits et légumes mais aussi des purs spécialistes de produits de la mer comme DEMARNE, MERICQ ou encore le groupe MARITEAM ;
 - Produits carnés à l'exemple de LOSTE ou STALAVEN ;
- **Des grossistes dont le métier se répartit entre une clientèle plus diversifiée, c'est-à-dire entre :**
 - Restaurateurs ;
 - Commerces de boulangeries et pâtisseries avec une offre d'avant-produits boulangers significative. C'est le cas de DGF, BACK EUROPE ou encore EUDIPAT ;
 - Autres acteurs des circuits de vente alternatifs, et ce notamment pour les grossistes confiseurs dont l'offre est centrée sur des produits d'impulsion à destination de cafés-tabac, de stations-services ou encore pour la distribution automatique. C'est le cas de France CONFISERIE, MAGEC, ou encore SUPERGROUP.

2.1.3.2.1 Position sur le marché de la restauration

Un chiffre d'affaires en 2018 de 13,25 milliards d'euros en RHF :

- Les grossistes alimentaires sont le circuit d'approvisionnement n°1 en restauration : ils assurent 53 % des achats *food & beverage* de l'ensemble des restaurateurs ;
- Ces acteurs sont présents sur l'ensemble de la clientèle RHF mais sont particulièrement présents en collectivités où ils assurent 85 % des approvisionnements – en restauration commerciale leur poids est plus faible :
 - 40 % en restauration commerciale indépendante face à la concurrence du circuit *cash & carry* ;
 - 49 % en restauration commerciale chaînée face à la concurrence des prestataires logistiques ;
- De même ces acteurs sont particulièrement présents sur toutes les gammes de produits alimentaires à l'exception de la distribution des boissons froides qui reste le territoire réservé des grossistes boissons :
 - 75 % de la distribution de produits frais en RHF ;
 - 73 % de la distribution de produits surgelés en RHF ;
 - 64 % de la distribution de produits secs en RHF ;
 - Mais seulement 7 % pour les boissons froides.

2.1.3.2 Structure de la profession

On recense un nombre important de grossistes alimentaires, qui représentent en 2018 un univers de près de 2 300 acteurs. Si le marché est très dispersé, il reste néanmoins relativement concentré entre quelques groupes et groupements :

- La part de marché des 3 leaders pour chaque catégorie de produits s'établit à 61 % en moyenne ;
- Ce taux est sensiblement plus élevé pour les grossistes en produits surgelés (69 %) ou encore des spécialistes des produits d'épicerie (78 %). Il reste en revanche beaucoup plus faible pour les spécialistes en produits frais avec une part de marché de seulement 36 % pour les 3 premiers intervenants ;
- Les douze premiers acteurs du marché (chiffre d'affaires global supérieur à 500 millions d'euros) assurent 70 % de l'approvisionnement F&B des restaurateurs à partir de grossistes alimentaires ;
- Le leader du marché est de loin le groupe POMONA, qui concentre près de 20 % de l'activité des grossistes alimentaires avec une position forte en collectivités.

2.1.3.3 Circuit n°2 : Grossistes boissons

2.1.3.3.1 Définition

Les grossistes boissons sont des spécialistes de la vente et de la distribution de produits relevant majoritairement de la catégorie des boissons et dont la clientèle est essentiellement constituée de structures de la restauration (tous types de structures).

2.1.3.3.2 Position sur le marché de la restauration

Un chiffre d'affaires en 2018 de près de 4,4 milliards d'euros dont :

- 4,28 milliards d'euros en consommation hors domicile, dont 95 % en RHF (4,07 milliards d'euros) et 5 % auprès des CVA ;
- Une clientèle particulièrement centrée sur la restauration commerciale, qui assure 96 % des débouchés de ces grossistes de boissons ;
- 53 % des achats de boissons froides de la restauration commerciale passe par ces grossistes.

2.1.3.3.3 Structure de la profession

Le marché est concentré⁵ :

- 994 entrepôts de gros dont 461 entre les mains des trois principales structures de grossistes boissons : C10 et DISTRIBOISSONS, deux groupements fédérant des grossistes indépendants, ainsi que France Boissons, entreprise appartenant au groupe HEINEKEN ;
- Ces trois groupements représentent 80 % de l'activité des grossistes boissons alors que les structures indépendantes se partagent les 20 % restants. Les trois groupements majeurs du marché :
 - Disposent chacun d'un portefeuille clients de 65 à 75 000 établissements ;
 - Regroupent des forces de vente de 800 à 1 000 commerciaux ;
 - Gèrent plusieurs milliers de références en boissons (en moyenne 70 000 références en tenant compte de tous les formats des conditionnements primaires) ;
- C10, avec 110 adhérents et 240 entrepôts en 2018, est leader du marché avec une part de marché de 32 %.

⁵ Pour cette partie sur la « structure de la profession », les données retenues par l'étude sont celles de la Fédération Nationale des Boissons (FNB).

2.1.3.4 Circuit n°3 : *Cash & carry*

2.1.3.4.1 *Définition*

Les *cash & carry* sont des entrepôts de gros offrant une gamme complète de produits alimentaires, de boissons, de produits d'entretien / hygiène à usage unique, de matériel (gros et petits équipements de cuisine), etc. destinés à une clientèle de restaurateurs mais aussi de détaillants spécialisés : bouchers/charcutiers, boulangeries/pâtisseries, crémiers, etc. Les Cash & Carry (C&C) n'effectuent aucune livraison auprès de leurs clients.

2.1.3.4.2 *Position sur le marché de la restauration*

Un chiffre d'affaires en 2018 de plus de 6 milliards d'euros dont :

- 65 % à destination d'une clientèle restaurateurs et 35 % auprès de commerces de détail spécialisés ;
- Un chiffre d'affaires en consommation hors domicile de 3,44 milliards d'euros, dont 78 % en RHF (2,69 milliards d'euros) et 22 % auprès des CVA ;
- Une clientèle particulièrement centrée sur la restauration commerciale indépendante : près de 20 % des achats de la restauration commerciale indépendante passent par les C&C.

2.1.3.4.3 *Structure de la profession*

Le marché est particulièrement concentré :

- 238 des 405 entrepôts de gros sont entre les mains des deux principales enseignes METRO et PROMOCASH :
 - Le leader METRO compte 99 points de vente et représente 70 % du marché en chiffre d'affaires ;
 - PROMOCASH du groupe CARREFOUR compte 139 points de vente et représente 16,6 % des ventes ;
- En parallèle à ces deux enseignes qui assurent 87 % de l'activité des C&C, on dénombre :
 - 2 autres groupes (TANG FRERES et PARIS STORE) importateurs de produits asiatiques et qui fournissent la plupart des restaurants asiatiques de la métropole ;
 - 138 C&C indépendants, qui ne représentent ensemble que 7 % de l'activité des C&C.

2.1.3.5 Circuit n°4 : *Achats directs*

2.1.3.5.1 *Définition*

Les achats directs correspondent aux achats des restaurateurs directement aux producteurs, sans l'intermédiaire d'un distributeur quel qu'il soit.

2.1.3.5.2 *Position sur le marché de la restauration*

Le circuit direct est surtout le fait de la restauration commerciale indépendante et concerne les produits suivants :

- **Boissons froides** : elles représentent 65 % des achats directs (1,46 sur 2,25 milliards d'euros en 2018) et parmi elles les boissons alcoolisées en bonne place :
 - Des volumes très importants de vins et champagne sont achetés en propriété, auprès de domaines viticoles, de coopératives et par tous moyens : VRP multi-cartes qui passent les commandes pour le restaurateur, ou encore en ligne, en se rendant sur place auprès des viticulteurs...
 - Des volumes importants d'alcool et notamment de spiritueux à fonction digestive (calvados, cognac, armagnac, etc.) directement en propriété ;

- Des achats directs auprès des industriels des boissons alcoolisées qui disposent de forces de vente très importantes et qui prennent les commandes directement auprès des établissements ;
- De la bière auprès des 3 000 brasseries indépendantes et régionales ou encore des micro-brasseries ;
- **Produits à forte valeur ajoutée** : foie gras, champignons sylvestres, etc.
- **Produits laitiers** : achats directs auprès de fruitières ou de PME de produits laitiers transformés ;
- **Charcuteries et salaisons** : achat auprès de PME ou de laboratoires de transformation ;
- **Viande de boucherie** : achat direct auprès du boucher de proximité ;
- **Fruits et légumes frais** : achat directement auprès de maraîchers et arboriculteurs présents ou non sur les marchés de gros ;
- **Produits aquatiques** : achats directs auprès de pêcheurs ou à l'arrivée de bateaux en zone côtière ou encore directement en criée ;
- **Produits de Boulangerie-Vienniserie-Pâtisserie (BVP)** : achat directement auprès de laboratoires de BVP semi-industriels et d'artisans boulangers.

Pour le vin, selon une étude de FranceAgriMer datant de 2011⁶ :

- En moyenne, les établissements ont deux fournisseurs différents, sachant que les fournisseurs privilégiés sont les fournisseurs directs (i.e. domaines indépendants, caves coopératives ou négociants) ;
- Les restaurants qui ont le plus recours aux fournisseurs directs sont les restaurants des régions productrices, les établissements gastronomiques et ceux dont le ticket moyen repas est supérieur à 30 €.

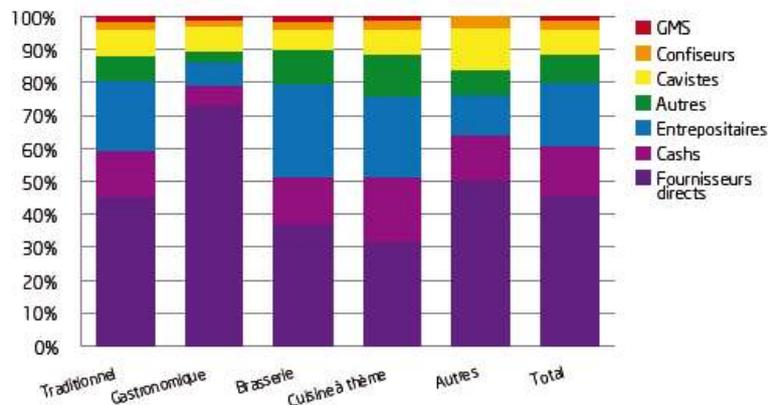


Figure 14 : Fournisseur principal de vin par famille de fournisseur et thème de restauration

Environ 45 % des fournisseurs en vin des établissements de restauration sont des fournisseurs directs.

Vis-à-vis des chaînes de restauration commerciale, le circuit direct n'est pas marginal et concerne les cas de figure suivants :

- Achats de produits dédiés⁷ auprès d'industriels ou de produits à façon avec des compositions spécifiques. C'est le cas pour des sauces par exemple, de produits frais (produits laitiers, charcuterie, produits de la mer auprès d'ateliers de filetage et de parage) ;
- Achats directs de boissons sans alcool directement auprès des grands industriels du marché pour les grandes enseignes de la restauration rapide ;

⁶ FranceAgriMer, 2011, Les ventes de vins en cafés-hôtels-restaurants 2010 (échantillon : 2 895 répondants)

⁷ Produits réalisés à façon pour une enseigne de restauration avec une formulation / présentation qui correspondent à un cahier des charges formulé par l'enseigne.

- Achats de vins auprès de négociants multi-cartes ou sur la base d'accords d'approvisionnement avec des domaines viticoles ;
- Achats de produits fabriqués localement (cidres, bières, eaux, jus de fruits, sodas, calvados, etc.) ;
- Achats de café et boissons chaudes directement auprès des industriels du marché.

En collectivités les achats directs sont plus limités mais cependant significatifs pour :

- Les achats de pain frais et produits de BVP frais auprès de laboratoires industriels ;
- Des achats de produits frais avec des signes de qualité :
 - Produits laitiers bio en direct auprès de PME spécialisées ;
 - Produits végétaux 4^e gamme auprès de laboratoires et légumeries de parage et transformation des légumes ;
 - Des produits végétaux locaux/de proximité auprès de producteurs et groupements de producteurs ;
 - Des petites volailles auprès de producteurs locaux et directement en abattoirs.

Vis-à-vis des produits surgelés, les achats en directs sont marginaux quel que soit les segments de la restauration. Ils concernent essentiellement des glaces auprès de laboratoires de fabrication régionaux.

2.1.3.6 Circuit n°5 : Prestataires logistiques

2.1.3.6.1 Définition

A la différence du commerce de gros, les prestataires logistiques sont des prestataires de services qui assurent uniquement le transport de produits alimentaires pour le compte d'un tiers, à partir de leurs plates-formes de répartition vers la restauration organisée (groupes de restauration commerciale et collective). Ils n'exercent aucune activité de négoce avec les industries agro-alimentaires du marché.

2.1.3.6.2 Position sur le marché de la restauration

Un chiffre d'affaires en 2018 de 1,95 milliard d'euros en RHF :

- Une activité presque exclusive à la RHF et centrée sur les grandes enseignes de restauration commerciale à réseau national ;
- L'activité pour la distribution de produits surgelés est dominante (53 %) du fait d'une clientèle fast-food importante.

2.1.3.6.3 Structure de la profession

Le marché est partagé entre sept intervenants où les deux premiers représentent 86 % du marché :

- MARTIN BROWER est exclusif à la chaîne Mc DONALD'S et gère pour l'enseigne la distribution annuelle de 550 000 tonnes de produits alimentaires. Il est largement leader de ce marché avec une part de marché de 66 % ;
- STEF Logistique Restauration est prestataire des enseignes KFC, SUBWAY, BK, la PATATERIE ou encore COURTEPAILLE. Il est également actif en collectivité en tant que prestataire de l'Economat des Armées pour l'ensemble des sites militaires du territoire ;
- LOGISTIMAX gère les approvisionnements des enseignes du groupe LE DUFF (Brioche Dorée et Del Arte) ;
- PANACHAT/PANAPRO assure la logistique du réseau PAUL du groupe HOLDER ;
- STG Solutions Restauration a débuté son activité sur ce secteur en 2016 et a comme clients FLUNCH, BUFFALO GRILL ou encore PIZZA HUT ;
- STACI FOOD traite annuellement 5 000 tonnes de produits alimentaires majoritairement à destination de structures hôtelières de chaînes : CHOICE, LOUVRE HOTELS, INTER HOTELS, etc. ;
- ORLY GEL ne réalise de la prestation logistique que sur des produits surgelés.

2.1.3.7 Circuit n°6 : GMS et commerces de détail

2.1.3.7.1 Définition

L'achat en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) répond à différentes motivations des restaurateurs, à commencer par des raisons de proximité (dans une logique de dépannage) et de promotions (dans une logique d'opportunité). L'achat dans les commerces de détail correspond lui aussi à des réalités bien identifiées, et contrastées en fonction des catégories de produits alimentaires et des segments consommateurs de la restauration.

2.1.3.7.2 Position sur le marché de la restauration

Les achats de proximité concernent très largement le segment de la restauration commerciale indépendante (74 % des achats de proximité). Il recouvre les réalités suivantes :

- Produits frais :
 - Achats de fromages et produits laitiers en crèmeries ;
 - Achats de viandes/volailles/charcuteries auprès de bouchers et charcutiers-traiteurs ;
 - Achats de produits de la mer auprès de poissonneries ;
 - Achats de fruits et légumes auprès de primeurs et sur marchés hebdomadaires ;
 - Achats de très gros volumes de pain frais, pâtisseries et viennoiseries fraîches auprès de boulangeries et pâtisseries ;
- Autres produits :
 - Achats de vins auprès de cavistes ;
 - Achats de produits d'épicerie auprès de GMS et supérettes mais essentiellement pour une fonction dépannage.

On retrouve également des achats auprès de la grande distribution qui sont plutôt des achats d'opportunité :

- Achats de boissons chaudes et ou froides (avec ou sans alcool) auprès des grandes surfaces dans le cadre d'actions promotionnelles de celles-ci sur ces familles de boissons. Les promotions des GMS peuvent présenter un intérêt économique réel pour le restaurateur par rapport à ses circuits traditionnels des grossistes ou des *cash & carry*. Et ce d'autant plus que ces produits sont à forte valeur ajoutée pour le restaurateur, avec des marges qui peuvent être substantielles ;
- Achats de vins ou autres boissons alcoolisées ou non (achats d'opportunité pendant certaines périodes promotionnelles comme la période des foires aux vins des hypermarchés ou achats de proximité / dépannage).

En dehors de la restauration commerciale indépendante, les autres segments de la restauration (chaînes et collectivités) utilisent de façon marginale le circuit des commerces de détail, exception faite des achats de pain frais qui peuvent faire souvent l'objet d'accord de fourniture avec des boulangeries artisanales et des indépendants qui livrent les établissements ou se situent à proximité.

Dernier cas de figure concernant le circuit direct auprès des chaînes de restaurants qui est relatif aux chaînes de cafétéria et notamment pour des réseaux comme les cafétérias LECLERC mais pas uniquement. Ces établissements peuvent directement s'approvisionner auprès des stocks de l'hypermarché auxquels ils sont rattachés.

2.1.3.8 Synthèse

Le tableau ci-dessous présente le nombre total de distributeurs par circuit d'approvisionnement :

Circuit d'approvisionnement	Nombre de distributeurs	Niveau de concentration du marché
1. Grossistes alimentaires	2 300 acteurs	++ (12 acteurs = 70 % du marché)

Circuit d'approvisionnement	Nombre de distributeurs	Niveau de concentration du marché
2. Grossistes boissons	550 acteurs (994 entrepôts)	+++ (3 acteurs = 80 % du marché)
3. <i>Cash & carry</i>	142 acteurs (405 entrepôts)	+++ (2 acteurs = 87 % du marché)
4. Achats directs	0	Par définition, pas de distributeur intermédiaire
5. Prestataires logistiques	7 ⁸	+++ (2 acteurs = 86 % du marché)
6. Commerces de détail	81 045 acteurs	0 (marché fortement atomisé)
6. GMS ⁹	10 acteurs (44 000 points de vente)	+++ (9 acteurs = 99,7 % du marché ¹⁰)
TOTAL	~ 84 000 acteurs	-

Tableau 4 : Nombre de distributeurs par circuit d'approvisionnement

⁸ Le nombre de entrepôts ou bases de départ des prestataires logistiques n'est pas connu, moyennant quoi ce chiffre de 7 correspond au nombre d'acteurs (ou sociétés) présents sur le marché de la prestation logistique alimentaire.

⁹ Nombre de commerces alimentaires et de magasins de la GMS en France : voir le maillon « utilisation ».

¹⁰ Part de marché des groupes de distribution en 2018 : <https://www.lsa-conso.fr/parts-de-marche-completes-de-p13-et-bilan-2018-sale-temps-pour-carrefour-et-auchan.308351>

2.1.4 Maillon « Production » : producteurs des produits alimentaires et non-alimentaires

2.1.4.1 Chiffres-clés de production des produits alimentaires

GIRA Foodservice compte dans sa classification 176 produits alimentaires, dont la liste est présentée en annexe C. Sur l'ensemble de ces produits il y en a :

- 153 pour lesquels des données de volume et / ou valeur sont disponibles, couvrant 86 % du marché en valeur (23,3 / 27,2 milliards d'euros CVA inclus) ;
- 23 pour lesquels aucune donnée n'est disponible, couvrant environ 14 % du marché en valeur. Ces produits sont identifiés en bleu dans la liste en annexe.

Chaque produit est classé dans différentes familles, groupes et catégories, et peut être distingué selon deux principaux critères :

- **Food / Beverage** : la nourriture et les boissons ;
- **Technologie** :
 - Température « ambient » : conserve, déshydraté, liquide, sec ;
 - Température « frais » : frais brut, frais élaboré ;
 - Température « surgelé » : surgelé.

Les graphiques suivants illustrent la répartition des produits alimentaires, en volume et en valeur, pour les 153 produits où des données sont disponibles : **ces chiffres s'entendent donc pour la restauration commerciale et la restauration collective uniquement, hors CVA et autres acteurs**. Les CVA seront réintégrés au moment de l'évaluation du gisement d'emballages de la restauration (partie 1.2 ci-après).

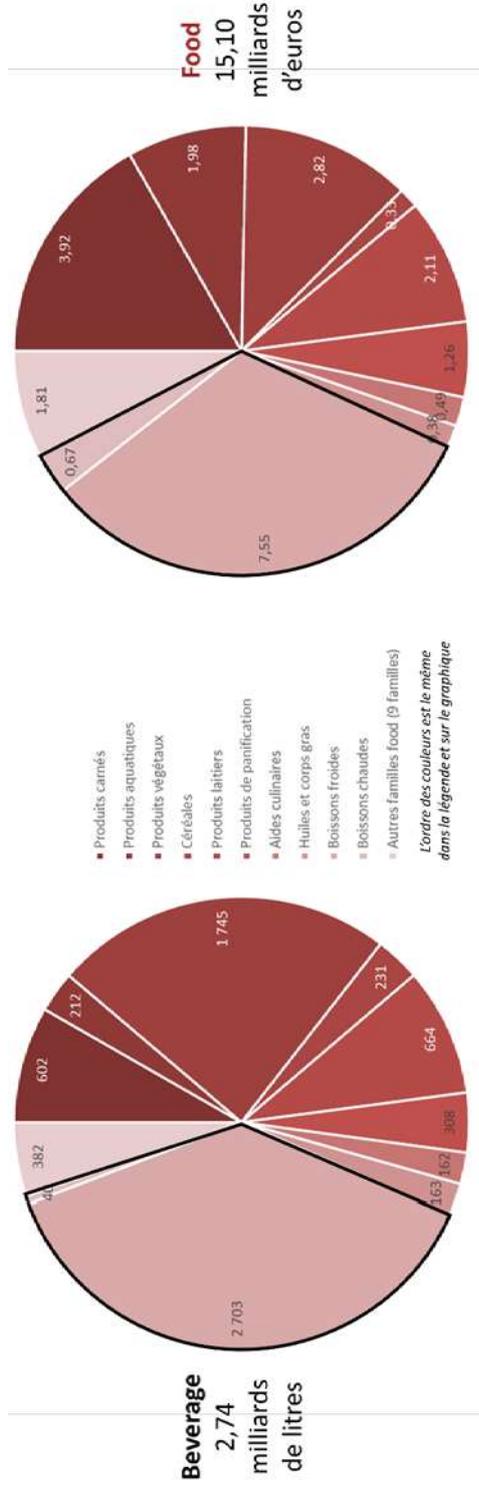


Figure 15 : Achats de la Restauration Hors Foyer (RHF) par familles de produits

Analyse des graphiques ci-dessus :

- La fonction boisson est particulièrement importante dans l'univers des achats des restaurateurs (38 % des volumes et 35 % de la valeur) du fait d'une consommation qui est associée à la prise d'un repas mais du fait d'importantes consommations de boissons hors repas et notamment auprès d'établissements tels que les bistrotts, les cafés-restaurants ou encore les établissements de nuit ;
- Au sein de la fonction alimentaire, le cœur du repas constitué des produits protidiques (viandes/volailles/produits aquatiques/charcuterie) représente près de 20 % des volumes mais 40 % du total des achats de produits alimentaires solides. Ces produits sont particulièrement pondérant au sein du poste « achats alimentaires » des restaurateurs ;
- Inversement, les produits d'accompagnement (légumes, pommes de terre, céréales) pèsent en termes de volume dans la structure des achats (44 %) mais ne représentent qu'à peine plus de 20 % en valeur ;
- Les produits laitiers (15 % des volumes) et un quart de la valeur des produits alimentaires solides répondent à deux fonctions en restauration :
 - Une fonction ingrédients pour la réalisation des préparations (lait/beurre/crème/fromages ingrédients, etc.) ;
 - Une fonction dessert pour les fromages et les ultra-frais laitiers ;
- Parmi les autres produits alimentaires (« Autres familles food » sur le graphique), on retrouve deux grandes catégories alimentaires :
 - Les produits ingrédients tels que les huiles et corps gras, les aides culinaires et les sauces ou encore le sucre ;
 - Les produits services/solutions repas : plats cuisinés et produits traiteurs élaborés par exemple.

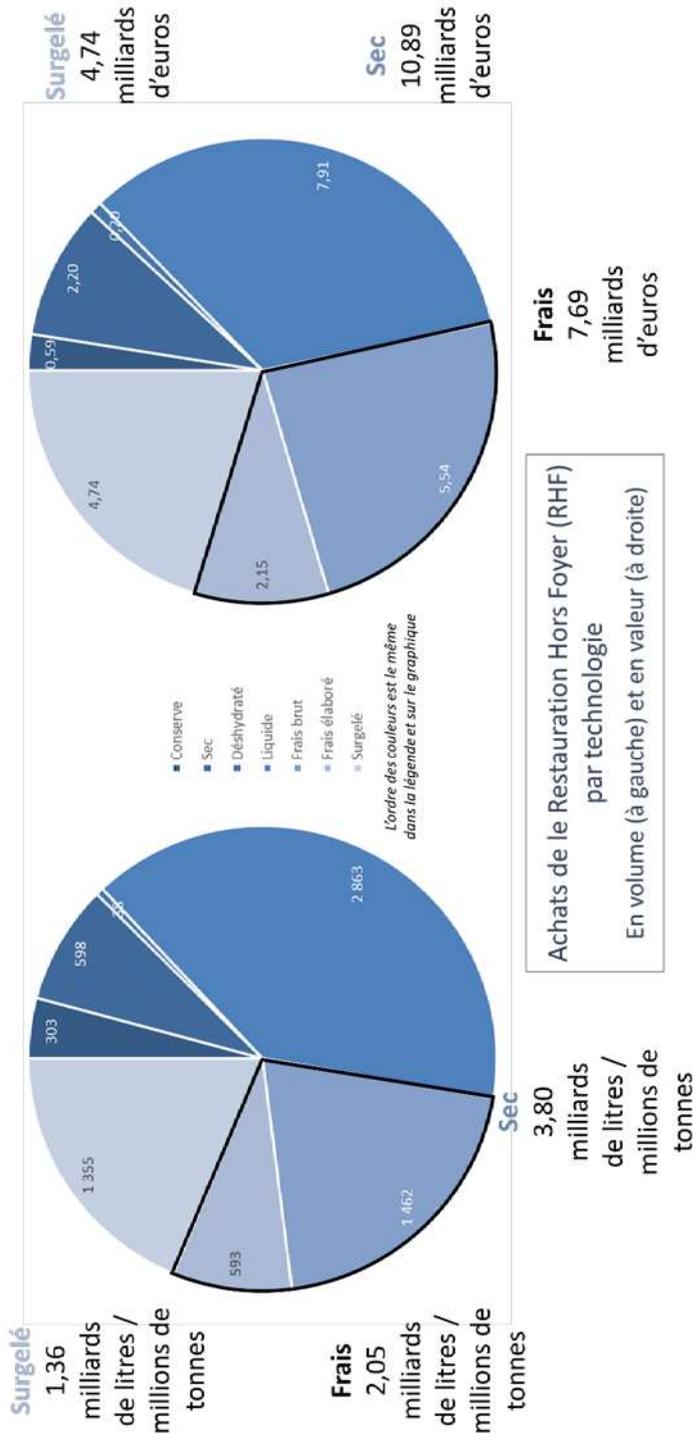


Figure 16 : Achats de la Restauration Hors Foyer (RHF) par technologie

Analyse des graphiques ci-dessus :

- Les liquides pèsent pour 40% des volumes. Le premier poste de cette catégorie est naturellement l'ensemble de la famille boissons froides alcoolisées ou non. Les autres produits liquides recouvrent un univers majoritairement constitué de produits ingrédients : huiles alimentaires, sauces et aides culinaires ou encore le lait liquide ;
- Parmi les produits alimentaires solides, la majorité des achats de la RHF porte sur des produits frais : viandes/volailles/ fruits et légumes / produits de la mer/ produits laitiers et produits de l'univers de la BVP. Au sein de cette famille, le frais élaboré pèse pour environ 30% avec des catégories prédominantes : fruits et légumes et produits de pommes de terre 4^e et 5^e gamme, produits traiteurs élaborés, etc.
- Les produits surgelés constituent le 2^e poste d'achat avec 31% des volumes et de la valeur. Ils sont plus particulièrement l'apanage de la restauration collective pour les viandes & volailles, les produits de la mer ou encore les légumes. De même, les surgelés sont très représentés au sein des grandes enseignes de la restauration rapide de type hamburger pour les steaks hachés, les buns ou encore les produits à base de pomme de terre ;
- Au sein de la famille des produits d'épicerie (22% des volumes / 19 % de la valeur) le marché est centré sur les produits secs (farine, sucre, pâtes alimentaires, riz et féculents). Le 2^e poste sont les produits en conserve (conserves de fruits et légumes essentiellement). Enfin parmi les produits déshydratés, les achats recouvrent surtout les produits à base de pomme de terre (purées), les aides culinaires (sauces et préparations pour desserts).

2.1.4.2 Evaluation du nombre de producteurs

L'évaluation du nombre de producteurs est réalisée pour les produits alimentaires et pour les produits non-alimentaires (arts de la table et produits d'entretien). Pour les produits alimentaires, il est possible de distinguer :

- **D'une part les « gros producteurs »** : ces acteurs sont les fournisseurs des grossistes (alimentaires et boissons) et *cash & carry* ;
- **D'autre part les « petits producteurs »** : ces acteurs sont les fournisseurs des restaurants en achat direct.

Attention : la terminologie proposée ici est une convention, utilisée strictement dans le cadre de cette étude et qui a ses limites, mais qui permet de quantifier – au mieux des données disponibles – le nombre de producteurs de produits à destination des acteurs de la restauration. Cependant :

- « Gros producteur » ne signifie pas nécessairement « grande entreprise » : certains des gros producteurs quantifiés ici sont des TPE et PME de l'agro-alimentaire ;
- Dans la mesure où certains « gros producteurs » fournissent aussi en direct des acteurs de la restauration, il peut y avoir quelques doublons dans l'évaluation du nombre de « petits producteurs » (mais non significatifs vu le nombre total de « petits producteurs »).

2.1.4.2.1 Producteurs de produits alimentaires – « Gros producteurs »

Le point de départ de l'évaluation est un listing GIRA Foodservice, qui est une consolidation de bases de données grossistes, plus précisément de marques alimentaires distribuées par les grossistes (alimentaires et boissons) et *cash & carry*. Dans le cadre d'accords commerciaux, ces acteurs de la distribution fournissent en effet à GIRA Foodservice leurs références de vente, y compris la marque des produits vendus. **Toutes ces marques ont été consolidées par GIRA Foodservice : au total 2 240 marques différentes ont été recensées.**

La base de données consolidées a fait ensuite l'objet des opérations suivantes :

- **Affectation d'une catégorie et famille de produits à chaque marque**
- **Association d'un producteur à chaque marque** sur la base de plusieurs sources :
 - Données remontées par les distributeurs à GIRA dans certains cas ;
 - Base de données INPI des marques déposées en France ;
 - Recherches manuelles pour les marques restantes ;

Au total, il y a 1 870 marques pour lesquelles des producteurs ont pu être identifiés.

Certains producteurs détiennent plusieurs marques qui sont elles-mêmes présentes dans plusieurs catégories et familles de produits. Dans le graphique ci-dessous, qui propose une première répartition de producteurs sur la base du listing GIRA, certains producteurs sont ainsi présents en double ou même davantage ; de plus, certaines catégories de produits, comme le sucre, ne sont pas représentées faute de données disponibles.



Figure 13 : Répartition des producteurs de produits par famille de produits (base GIRA uniquement)

Dans la représentation ci-dessus, sur la base du listing GIRA Foodservice, le nombre de producteurs uniques – hors présence dans plusieurs catégories ou familles de produits – est égal à environ 1 200. De l’avis des acteurs interrogés et de GIRA Foodservice, ce nombre total correspond plutôt à des « très gros producteurs » : ces derniers ne couvrent pas l’intégralité des produits alimentaires achetés par la restauration, mais ils en couvrent une grande majorité (de l’ordre de 80 %). En règle générale, ces producteurs sont ceux qui sont référencés auprès des grossistes / distributeurs à dimension nationale et qui sont également actifs en termes de ventes sur le marché de la restauration. Ces producteurs ne couvrent pas l’intégralité de l’offre productive à destination de la restauration mais constituent les sociétés qui sont particulièrement présentes sur le marché dans le sens où leur offre peut répondre à des réseaux de dimension nationale.

Pour compléter cette évaluation du nombre de « gros producteurs » de produits alimentaires, les entretiens réalisés dans le cadre de l’étude fournissent des indications complémentaires, que le tableau ci-dessous consolide de façon anonymisée. Les fournisseurs « nationaux » sont référencés dans l’ensemble des points de vente d’un réseau de distribution, tandis que les fournisseurs « locaux » sont référencés uniquement dans quelques points de vente du réseau.

	Fournisseurs nationaux	Fournisseurs locaux	Total
Distributeur A	400	800	1 200
Distributeur B	1 200	1 500	2 700
Distributeur C	-	-	1 500
Distributeur D	-	-	2 000
Distributeur E	500	1 100	1 600
Distributeur F	-	-	3 000
TOTAL	-	-	12 000

Tableau 5 : Nombre de fournisseurs référencés chez certains distributeurs alimentaires interrogés

Des différents entretiens, on peut tirer les conclusions suivantes :

- Les fournisseurs nationaux sont toujours minoritaires en nombre, mais ils sont majoritaires en chiffre d'affaires (selon les acteurs interrogés) ;
- Pour un grossiste alimentaire ou *cash & carry* en France, le nombre de fournisseurs est compris entre 1 200 et 3 000, avec une moyenne autour de 2 000 fournisseurs par enseigne ;
- Il existe de nombreux doublons de fournisseurs entre les six distributeurs du tableau, le total de 12 000 est largement surestimé.

L'étude estime à environ 6 000 le nombre total de « gros producteurs » de produits alimentaires à destination de la restauration. Ces « gros producteurs » couvrent environ 90 % en valeur des achats de la restauration en produits alimentaires. Parmi ces gros producteurs environ 1 200 peuvent être considérés comme des « très gros producteurs » et couvrent environ 80 % en valeur des achats de la restauration en produits alimentaires.

2.1.4.2.2 Producteurs de produits alimentaires – « Petits producteurs »

Par convention, les « petits » producteurs sont identifiés comme les producteurs de produits alimentaires qui fournissent en direct des restaurateurs, i.e. sans l'intermédiaire des grossistes, *cash & carry* ou prestataire logistique¹¹. Une analyse spécifique a été conduite pour identifier les catégories de produits concernés par ces achats directs et évaluer le nombre d'acteurs correspondant, comme indiqué dans le tableau ci-dessous.

¹¹ Voir ci-avant (partie 1.1.2.4) le circuit de distribution n°4 : « Achats directs ».

Produits	Nombre total de producteurs	Source et commentaires	Nombre de producteurs fournissant la restauration	Hypothèses
Vin (champagne inclus)	7 500	Adelphe, nombre d'adhérents au 1 ^{er} janvier 2021	~ 7 500	Hypothèse à dire d'expert : les producteurs de vin vendent tous aux particuliers <u>et</u> aux professionnels ¹²
Spiritueux	850	Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France : nombre d'entreprises et de coopératives	~ 850	Hypothèse à dire d'expert : les producteurs de spiritueux vendent tous aux particuliers <u>et</u> aux professionnels
Bière	3 000	GIRA Foodservice, nombre de brasseries indépendantes en France (y compris des micro-brasseries)	~ 3 000	Hypothèse à dire d'expert : les producteurs de bière vendent tous aux particuliers <u>et</u> aux professionnels
Pain	33 000	Confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française, nombre d'entreprises en 2020	~ 30 000	Sur les 33 000 boulangeries et boulangeries-pâtisseries françaises, toutes ne fournissent pas la restauration, notamment les boulangeries qui n'ont pas de restaurant à proximité. Leur nombre n'étant pas connu, nous l'estimons de façon conservatrice à 10 % du nombre total de boulangeries, soit environ 3 000 ¹³
Fruits et légumes frais	436 000	FranceAgriMer : Les chiffres-clés de la filière Fruits & Légumes frais et transformés, nombre total d'exploitations agricoles en 2016	~ 75 000	D'après l'étude « Filière des fruits et légumes frais et restauration hors domicile » menée par Interfel et le CTIFL en 2020, 75 000 entreprises sont concernées par la vente à destination de la RHD (données de 2015)
Produits laitiers	760	La filière française laitière, données issues de l'état des lieux de la filière réalisé en 2020, nombre de sites de transformation	~ 570	Hypothèse à dire d'expert : 75 % des sites de transformation de produits laitiers fournissent les professionnels. On peut en effet supposer que les plus petites structures ne fournissent pas ou de façon non significative la restauration de par leurs faibles capacités de production
Poisson	4 370	INSEE, Flotte de pêche : nombre de navires actifs en 2016	~ 1 000	Sur les 4 370 navires actifs en 2016, plusieurs hypothèses sont faites : <ul style="list-style-type: none"> • D'abord, le nombre de navires baisse d'environ 200 par an depuis 20 ans, soit environ 4 000 bateaux restants en 2018 ;

¹² Autant il leur est possible de connaître assez précisément et « détourner » la part vendue à l'export ; autant sur le marché domestique il leur est impossible de savoir si les consommateurs finaux sont des particuliers, des cavistes, des restaurateurs, etc.

¹³ Contactée, la Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française n'a pas été en mesure de confirmer ni d'infirmier cette estimation.

Produits	Nombre total de producteurs	Source et commentaires	Nombre de producteurs fournissant la restauration	Hypothèses
Charcuteries et salaisons	310	FICT, nombre d'établissements de salaison et de charcuterie en 2019	~ 260	<ul style="list-style-type: none"> Ensuite, la part des bateaux vendant directement aux restaurateurs est estimé à un quart environ, sachant que cette pratique est très faible en Atlantique et dans la Manche, mais majoritaire en Méditerranée. <p>Hypothèse à dire d'expert : 85 % des établissements de salaison et de charcuterie fournissent les professionnels. On peut en effet supposer que les plus petites structures ne fournissent pas ou de façon non significative la restauration de par leurs faibles capacités de production</p>
Foie gras	4 800	FranceAgriMer, Fiche filière « foie gras », janvier 2021 ¹⁴	~ 3 840	<p>Selon FranceAgriMer, il existe deux schémas dominants pour la production du foie gras :</p> <ul style="list-style-type: none"> Une filière longue organisée principalement autour de grands groupes coopératifs à fort degré d'intégration (en 2014 les huit plus grands groupes ont abattu plus de 90 % des palmipèdes gras en France) ; Une filière courte composée d'éleveurs indépendants commercialisant directement leur production. <p>La filière courte est majoritaire en nombre d'exploitations, sans qu'il soit possible de trouver un chiffre exact ; l'hypothèse de 80 % a été retenue à dire d'expert.</p>
Champignons sylvestres	?	Aucune donnée disponible	?	Aucune donnée disponible
Viande de boucherie	2 090	INSEE, nombre d'établissements de la catégorie « Transformation et conservation de la viande de boucherie » (code NAF 10.11)	~ 1 770	Hypothèse à dire d'expert : 85 % des établissements de viande de boucherie fournissent les professionnels
TOTAL	~ 493 000	-	~ 124 000	-

¹⁴ <https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/66547/document/FICHE%20FILIERE%20FOIE%20GRAS%202021.pdf?version=1>

Tableau 6 : Quantification des producteurs de produits alimentaires en achats directs

L'étude estime à environ 124 000 le nombre total de « petits producteurs » de produits alimentaires à destination de la restauration. A eux tous, les « petits producteurs » couvrent environ 10 % en valeur des achats de la restauration en produits alimentaires.

2.1.4.2.3 Producteurs de produits non-alimentaires

Les produits non-alimentaires destinés aux structures de la restauration pour un usage récurrent sont considérés comme étant :

- Soit des produits relevant des « arts de la table » : vaisselle, nappes, serviettes, etc. ;
- Soit des produits d'entretien.

Dans le domaine des arts de la table, l'étude Xerfi de mai 2021 intitulée *L'industrie des arts de la table*¹⁵ mentionne 5 codes NAF recensant les établissements qui relèvent du secteur des arts de la table :

Code	Intitulés de la NAF	Nombre d'établissements
13.92	Fabrication d'articles textiles, sauf habillements	7 120
23.13	Fabrication de verre creux	681
23.41	Fabrication d'articles céramiques à usage domestique ou ornemental	4 486
25.71	Fabrication de coutellerie	931
25.99	Fabrication d'articles métalliques ménagers	246
Total		13 464

Tableau 7 : Nombre de producteurs du secteur des arts de la table, par code NAF

Il existe donc 13 464 établissements qui exercent dans le secteur des arts de la table. D'après cette même étude, 26,4% des ventes en valeur de l'industrie des arts de la table se font à destination des professionnels (collectivités, hôtels et restaurants), mais ce chiffre ne dit rien du nombre de producteurs qui vendent effectivement aux professionnels de la restauration. On peut considérer qu'une majorité de ces acteurs fournissent également les professionnels et retenir une estimation de l'ordre de 10 000 établissements

Concernant les produits d'entretien, il y a 1 232 établissements associés au code NAF 20.41 : « Fabrication de savons, détergents et produits d'entretien ». Il n'existe pas de données concernant la part de ces établissements qui fournissent les acteurs de la restauration. On peut considérer qu'une majorité de ces acteurs fournissent également les professionnels et retenir une estimation de l'ordre de 1 000 établissements

Dans les deux cas, il est à noter que les canaux d'approvisionnement des structures de la restauration sont mixtes : selon les acteurs interrogés dans le cadre de l'étude (y compris l'AFISE¹⁶), de nombreuses structures achètent en effet tout ou partie de leurs produits d'entretien et d'arts de la table en GMS, notamment les professionnels de la restauration commerciale indépendante. Il est donc réaliste de considérer que le nombre de metteurs sur le marché de produits d'entretien utilisés par des professionnels de la restauration est proche du nombre total de metteurs sur le marché existant, à savoir la fourchette haute des chiffres ci-dessus.

¹⁵ D'après *L'industrie des arts de la table*, Etude Xerfi 2021, code étude : 21CS011

¹⁶ Association française des industries de la détergence, de l'entretien et des produits d'hygiène industrielle

Produits	Estimation retenue
Arts de la table (vaisselle, nappes, serviettes, etc.)	~ 10 000
Produits d'entretien	~ 1 000
TOTAL	~ 11 000

Tableau 8 : Nombre de producteurs de produits non-alimentaires utilisés par les professionnels de la restauration

L'étude estime à environ 11 000 le nombre total de producteurs de produits non-alimentaires à destination de la restauration.

2.1.4.2.4 Synthèse

Le tableau ci-dessous propose une synthèse de l'évaluation du nombre de producteurs de produits utilisés ou consommés par les professionnels de la restauration.

Produits	Nombre de producteurs
Produits alimentaires – Gros producteurs	~ 6 000
Produits alimentaires – Petits producteurs	~ 124 000
Produits non-alimentaires	~ 11 000
TOTAL	~ 145 000

Tableau 9 : Evaluation du nombre de producteurs de produits à destination de la restauration

L'étude estime à environ 145 000 le nombre total de producteurs de produits alimentaires et non-alimentaires à destination de la restauration. Au regard de la diversité des producteurs et possibilités d'approvisionnement de la restauration, l'évaluation précise du nombre de producteurs est difficile et ce chiffre doit être apprécié avec une certaine prudence.

2.1.5 Metteurs sur le marché de produits emballés

L'objectif de cette partie est d'identifier les différents types de metteurs en marché de produits emballés liées aux activités de la restauration et d'en évaluer le nombre. On considère que le metteur en marché du produit emballé est l'acteur qui met le produit à l'intérieur de l'emballage et non le fabricant de l'emballage. Cette partie n'a pas pour vocation de déterminer le périmètre de la REP restauration mais d'apporter des éléments d'analyses sur les différents types d'acteurs.

2.1.5.1 Metteurs sur le marché par type d'acteur et par type d'emballage

Pour les emballages primaires¹⁷, les metteurs sur le marché sont les producteurs des produits emballés : il s'agit donc des producteurs décrits au maillon « production », qui sont les industriels ou les artisans produisant les produits alimentaires et non-alimentaires. Tous ces producteurs sont potentiellement des metteurs en marché d'emballages primaires (à l'exception des producteurs qui commercialisent leurs produits sans emballage primaire individuel comme pour le pain frais, les fruits et légumes frais, le poisson frais ou tout autre produit susceptible d'être vendu en vrac).

Il existe le cas particulier des produits Marque De Distributeur (MDD), sachant que :

- Dans la REP Emballages ménagers, c'est l'industriel qui est considéré comme metteur sur le marché du produit MDD ;
- Dans les autres REP, notamment celles nouvellement introduites par la loi AGECE, c'est le distributeur, ou « revendeur sous sa marque », qui est considéré comme metteur sur le marché du produit MDD.

Pour les emballages secondaires et tertiaires¹⁸, les metteurs sur le marché sont d'abord aussi les producteurs de produits emballés : les industriels et artisans conditionnent « en intégralité » leurs produits, de l'emballage primaire jusqu'à l'emballage tertiaire. Par exemple, des légumes seront conditionnés dans une boîte de conserve (emballage primaire), puis plusieurs boîtes de conserve seront placées dans un carton de regroupement (emballage secondaire), puis plusieurs cartons de regroupement seront empilés sur une palette et protégés avec du film de palettisation (emballages tertiaires).

Quand les produits emballés transitent via un grossiste alimentaire, deux cas de figure sont possibles :

- Soit le distributeur revend « en gros », c'est-à-dire à la palette complète. Dans ce cas, les produits emballés par le producteur sont livrés tels quels jusqu'au restaurateur, sans que le distributeur ne modifie l'emballage des produits ;
- Soit le distributeur revend en « semi-gros » ou « au détail » : par exemple, si le client ne souhaite que 2 boîtes de céréales sur 10 présentes dans un carton de regroupement, le distributeur en sort 2 du carton initial et les met dans un autre carton (avec d'autres produits que des céréales)¹⁹. Ainsi, les distributeurs ont une activité de détaillant, au sens où ils effectuent des opérations de préparation de détail ou de pré-colisage ; en revanche ils n'effectuent pas d'opération inverse de regroupement des produits : parfois les distributeurs défont ou « cassent » certains lots, mais ils n'en refont jamais. Enfin il faut noter que, lors des opérations de préparation des commandes :
 - Dès que possible, les grossistes réutilisent des emballages secondaires et tertiaires issus de leurs fournisseurs : par exemple, les 2 boîtes de céréales sorties du premier carton de regroupement vont être placées dans un second carton « aux couleurs » d'un fournisseur, parce que récupéré d'une précédente préparation de commande ;
 - Dès que nécessaire²⁰, des emballages « neufs » sont utilisés par les grossistes, soit à leurs propres couleurs soit neutres. Cette part d'emballages secondaires et tertiaires « neufs » réellement mis sur le marché par les grossistes est minoritaire par rapport aux emballages secondaires et tertiaires des fournisseurs – de l'ordre de 5 à 15 % selon les acteurs interrogés.

En complément des producteurs de produits, les distributeurs sont donc aussi, potentiellement, des metteurs en marché de produits emballés.

¹⁷ Pour rappel : l'emballage primaire est le premier emballage du produit emballé, en contact avec le produit.

¹⁸ Pour rappel : l'emballage secondaire est l'emballage de regroupement de plusieurs produits emballés, tandis que l'emballage tertiaire est l'emballage de transport des produits.

¹⁹ Cette activité de préparation des commandes est appelée aussi « picking ».

²⁰ Par exemple, en cas de cerclage du carton, la réutilisation est compliquée car l'emballage est endommagé (source : CGI).

Pour les emballages vides, comme par exemple les barquettes traiteur, les boîtes pour pâtisseries, les contenants pour la vente à emporter ou les sachets pour baguettes, les metteurs sur le marché sont les utilisateurs eux-mêmes : professionnels de la restauration collective, restauration commerciale, CVA et autres acteurs. L'utilisation d'emballages vides correspond à un conditionnement sur le lieu de vente au consommateur, pour emballer des produits alimentaires à destination des particuliers (par exemple vente à emporter, restauration rapide).

De façon marginale, certains commerces alimentaires de détail type boucherie, charcuterie, etc. peuvent aussi conditionner en barquettes certains de leurs produits destinés aux restaurateurs.

En synthèse, le schéma ci-dessous précise les types d'emballages par maillon de la chaîne de valeur et propose une affectation du nombre de metteur en marché correspondant. Les commerces alimentaires y figurent comme un acteur « transverse », dans la mesure où ils sont présents aux maillons de production, distribution et utilisation des produits alimentaires. En effet, une boulangerie par exemple est :

- Productrice de pain acheté par les restaurateurs (dans un emballage primaire type sachet ou papier). A ce titre elle figure parmi les « petits producteurs » identifiés en 1.1.3 ;
- Distributrice du pain qu'elle produit (puisqu'elle livre son pain aux restaurateurs ou bien ils viennent le chercher). A ce titre elle figure parmi les « commerces de proximité » identifiés en 1.1.2 ;
- Utilisatrice d'emballages pour des produits de restauration comme les sandwiches ou les boissons vendues à emporter. A ce titre elle figure parmi les « circuits de vente alternatifs » décrits en 1.1.1.



* Hors commerces alimentaires

Figure 17 : Metteurs sur le marché potentiels de produits emballés

Attention : les chiffres qui figurent sur le schéma représentent un nombre potentiel de metteurs sur le marché de produits emballés, à interpréter plutôt comme un maximum, notamment pour le maillon « utilisation », une part, non connue, de ces utilisateurs pouvant ne pas être du tout conditionneur (aucun achat d'emballage vide).

Par ailleurs ces chiffres ne définissent pas le nombre d'acteurs relevant de la future REP emballage de la restauration et qui dépend des règles qui seront retenues pour en définir le périmètre. La phase 2 de l'étude apporte des éléments d'analyses dans les « points d'attention ».

2.1.5.2 Comparaison avec la REP Emballages ménagers

L'étude cherche à évaluer la part des metteurs sur le marché identifiés au point précédent déjà concernés par la REP des emballages ménagers.

2.1.5.2.1 Comparaison des « producteurs »

Selon une évaluation qualitative basée sur les entretiens réalisés dans le cadre de l'étude²¹, au maillon de « production » la quasi-totalité des metteurs sur le marché d'emballages à destination de la restauration sont aussi des metteurs sur le marché d'emballages à destination des ménages. En effet, de l'avis unanime des acteurs interrogés, il est très rare qu'un producteur de produits alimentaires fournisse uniquement la restauration, ou uniquement les particuliers : en règle générale tous les producteurs vendent dans les deux circuits.

Actuellement il y a 21 205 metteurs sur le marché au titre de la REP emballages ménagers (en consolidant les listes d'adhérents aux éco-organismes Citeo, Léko et Adelphe).

En comparaison, dans le cadre de cette étude il a été estimé :

- 6 000 « Gros » producteurs alimentaires (représentant 90% en valeur des achats alimentaires de la restauration) : certains de ces gros producteurs qui réalisent une grande majorité de leur chiffre d'affaires auprès des professionnels de la restauration pourraient n'adhérer à aucun éco-organisme de la filière des emballages ménagers (même si une petite part d'activité est liée à la consommation des ménages) ;
- 94 000 « Petits » producteurs alimentaires (représentant 10% en valeur des achats alimentaires de la restauration) : certains producteurs qui vendent en direct aux restaurateurs, comme les producteurs de fruits et légumes par exemple, vendent certainement aussi aux ménages sur des marchés ou en direct à leur exploitation. La plupart de ces producteurs n'adhèrent pas aux éco-organismes de la REP emballages ménagers ; cependant, de l'avis même des acteurs interrogés, ces producteurs sont le plus souvent de très petits producteurs d'emballages et restent très minoritaires en tonnages²².
- 11 000 producteurs non alimentaires : certains de ces producteurs qui réalisent une grande majorité de leur chiffre d'affaires auprès des professionnels pourraient n'adhérer à aucun éco-organisme de la filière des emballages ménagers (même si une petite part d'activité est liée à la consommation des ménages).

2.1.5.2.2 Comparaison des « distributeurs »

A de rares exceptions près²³, aucun des distributeurs spécialisés de la restauration (grossistes alimentaires, grossistes boissons, *cash & carry* et prestataires logistiques) ne fait partie du périmètre de la REP des emballages ménagers, dans la mesure où ces acteurs sont purement B-to-B : ils ne vendent qu'à des professionnels et non à des ménages. Le cas particulier des commerces de détail – qui est aussi un circuit de distribution – est traité ci-après.

2.1.5.2.3 Comparaison des « utilisateurs »

Concernant les utilisateurs, les règles de partage en vigueur dans la filière REP des emballages ménagers sont rappelées au paragraphe 1.2.3. Un bilan succinct peut être fait ici par secteur et segments de la restauration :

- **Restauration collective** : aucun acteur n'est dans le périmètre de la REP actuelle ;
- **Restauration commerciale** :
 - **Débites de boisson, restaurants service à table, restaurants self-service et restaurants d'hébergement** : aucun acteur n'est dans le périmètre de la REP actuelle tout en notant que la question pourrait se poser pour les restaurateurs pratiquant des repas à emporter ou livrés ;

²¹ Voir en annexe la liste complète des acteurs interrogés dans le cadre de l'étude.

²² Entretien avec Citeo et Adelphe

²³ L'exception concerne en particulier les produits de marque distributeur des grossistes et cash & carry finalement consommés par des ménages – à la suite d'une vente à emporter notamment – qui relèveraient donc de la REP Emballages ménagers. La part de ces produits est marginale dans l'activité de ces acteurs. .

- **Restauration de transport et de concession** : tous ces acteurs sont concernés par la REP actuelle pour la part des emballages des produits vendus à emporter (correspondant à une « consommation hors domicile ») ;
- **Restauration rapide** : ces acteurs sont concernés par la REP actuelle (voir la partie 1.2.3 pour plus de précisions) ;
- **Circuits de vente alternatifs** :
 - **Tabac-presse** : ces acteurs, qui ne conditionnent eux-mêmes aucun produit et ne sont pas identifiés comme des lieux de la consommation hors domicile des ménages, ne sont pas concernés par la REP des emballages ménagers ;
 - **Stations-services** : tous ces acteurs sont concernés par la REP actuelle pour la part des emballages des produits vendus à emporter ;
 - **Ambulants et saisonniers** : ces acteurs sont à rapprocher des commerces alimentaires ;
 - **Commerces alimentaires** : voir ci-dessous.

2.1.5.2.4 Cas des commerces alimentaires

Les commerces alimentaires sont concernés par la REP des emballages ménagers s'ils emballent des produits consommés par des ménages. C'est le cas de la plupart des commerces alimentaires (au total 81 000) :

- **Boulangeries-pâtisseries et terminaux de cuisson**: emballage du pain dans des sachets ou des feuilles de papier, emballage des gâteaux dans des boîtes en carton, emballages des salades dans des boîtes en plastique, etc. ;
- **Confiseries** : emballage des confiseries dans des sachets en plastique ou en papier ;
- **Charcutiers traiteurs** : barquette en plastique pour les plats préparés, papier d'emballage de la charcuterie, sac de caisse en plastique ou en papier, etc.
- **Magasins alimentation générale et supérettes** : sac de caisse en plastique ou en papier.

Pour tous ces emballages (qui sont à prendre à titre d'exemples), les commerces alimentaires sont potentiellement concernés par la REP des emballages ménagers²⁴. Aujourd'hui tous les commerces alimentaires concernés ne sont pas déjà adhérents à l'un des éco-organismes de la filière.

2.1.5.2.5 Synthèse

Le tableau ci-dessous récapitule le nombre total estimé de metteurs sur le marché de produits emballés de la restauration, puis parmi eux les acteurs metteurs sur le marché potentiellement concernés au titre de la REP des emballages ménagers.

Acteurs	Nombre de metteurs sur le marché de produits emballés de la restauration	Nombre de metteurs sur le marché potentiellement concernés par la REP des emballages ménagers
Producteurs	~ 111 000	~ 111 000
Distributeurs	~ 3 000	0
Utilisateurs		

²⁴ A noter : ces acteurs seraient concernés par la REP des emballages de la restauration pour d'autres emballages (par exemple les emballages de préparation des produits) ou bien les mêmes (mais sur la partie vendue aux professionnels de la restauration et non aux ménages).

Acteurs	Nombre de metteurs sur le marché de produits emballés de la restauration	Nombre de metteurs sur le marché potentiellement concernés par la REP des emballages ménagers
• <i>Restauration collective</i>	~ 80 000	0
• <i>Restauration commerciale</i>	~ 210 000	~ 51 000 ²⁵
• <i>CVA</i>	~ 29 000	~ 23 000 ²⁶
Commerces alimentaires	~ 81 000	~ 81 000

Tableau 10 : Comparaison des metteurs sur le marché (emballages de la restauration et emballages ménagers)

2.2 Emballages mis sur le marché

2.2.1 Typologie des emballages mis sur le marché

L'évaluation des quantités d'emballages mis sur le marché s'appuie sur les trois types d'emballages suivants utilisés par les acteurs de la restauration :

1. Emballages primaires de produits emballés ;
2. Emballages secondaires et tertiaires ;
3. Emballages vides.

Dans le cadre de cette étude, il a été considéré que les emballages remplissant une fonction logistique sont secondaires ou tertiaires, les autres emballages étant considérés comme primaires. Le tableau ci-dessous présente quelques exemples illustrant ce classement, qui reste une convention établie pour l'étude et qui n'a aucun impact sur la quantification des emballages mis sur le marché (le total reste le même quelle que soit la répartition au sein des différents types d'emballages) :

	Primaire	Secondaire / Tertiaire
Caisses polystyrène pour le poisson notamment	x	
Filets plastiques pour les coquillages, les pommes de terre, etc.		x
Sac en toile de jute pour les moules		x
Bourriches en bois pour certains coquillages ou fruits et légumes		x
Cagettes en bois ou carton pour le transport des fruits et légumes		x
Cartons qui contiennent un produit déjà emballé par exemple du saumon sous-vide		x
Barquettes (plastiques, bois, carton) pour certains légumes ou fruits fragiles comme les tomates cerises	x	
Support alvéolé pour les œufs	x	
Carton dans lequel sont mis les œufs et leur support alvéolé		x

Tableau 11 : Distinction des emballages primaires, secondaires et tertiaires

²⁵ Restauration rapide, restauration de transport et restauration de concession.

²⁶ Tous les acteurs des CVA sauf les tabac-presse (environ 6 000).

2.2.2 Evaluation des quantités

2.2.2.1 Emballages primaires (E1)

2.2.2.1.1 Méthodologie adoptée et emballages couverts

Le schéma ci-dessous résume la méthodologie adoptée et les sources de données utilisées :

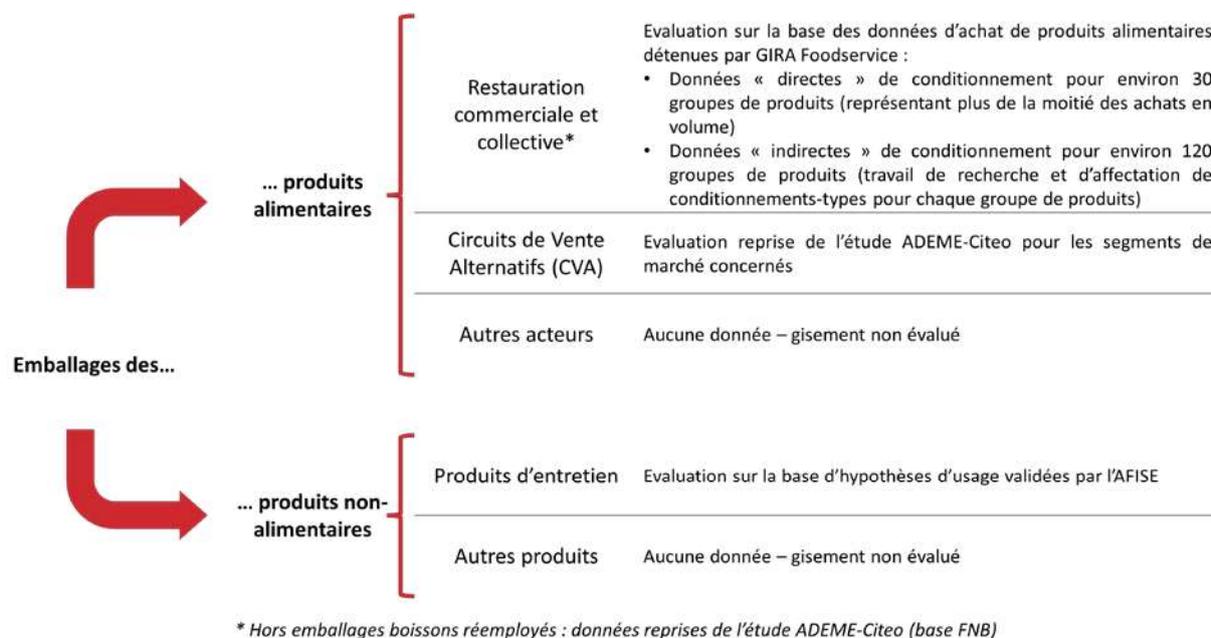


Figure 18 : Méthodologie d'évaluation des quantités d'emballages primaires à usage unique mis sur le marché

La méthodologie détaillée d'évaluation de la quantité d'emballages primaires à usage unique mis sur le marché est présentée en annexe D du rapport.

2.2.2.1.2 Résultats

Attention :

- Tous les résultats présentés dans cette partie concernent **seulement les emballages primaires de produits alimentaires à usage unique**. Les emballages réemployés font l'objet d'un « focus » dans la suite du rapport.
- Tous les secteurs de la restauration sont couverts : restauration commerciale, restauration collective et Circuits de Vente Alternatifs (CVA).

Au total, il est estimé que les emballages primaires à usage unique de produits alimentaires utilisés par les acteurs de la restauration représentent environ 812 000 tonnes en 2018.

➤ Gisement d'emballages à usage unique par matériaux et groupes de produits

Les 812 milliers de tonnes d'emballages mises sur le marché se répartissent par matériaux de la façon suivante :

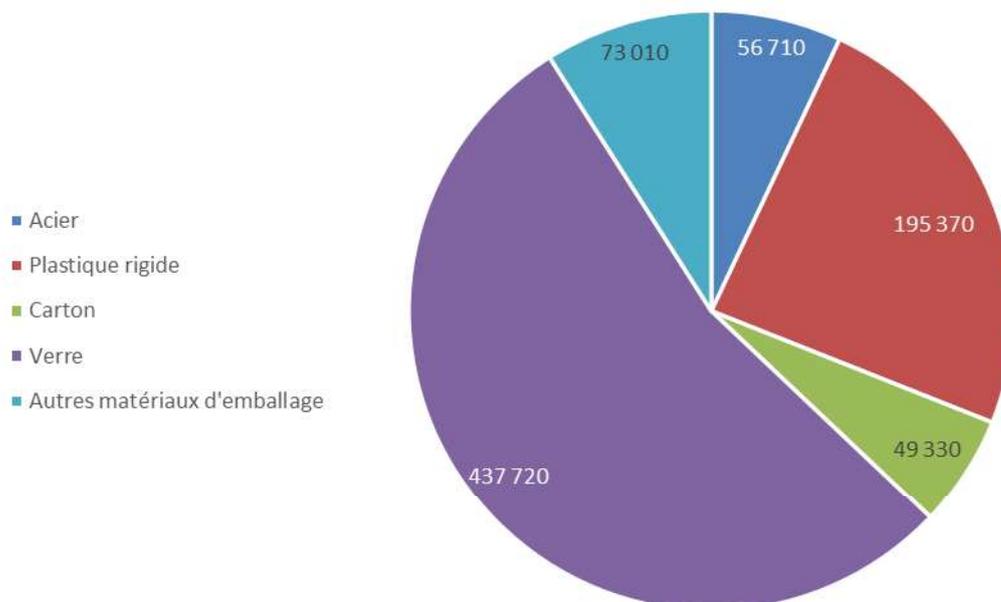
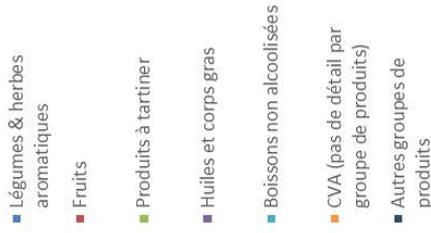


Figure 19 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage

Il apparaît clairement que quatre matériaux d'emballage se détachent : le verre, le plastique rigide, l'acier et le carton. A eux quatre ces matériaux d'emballage représentent 91 % du gisement.

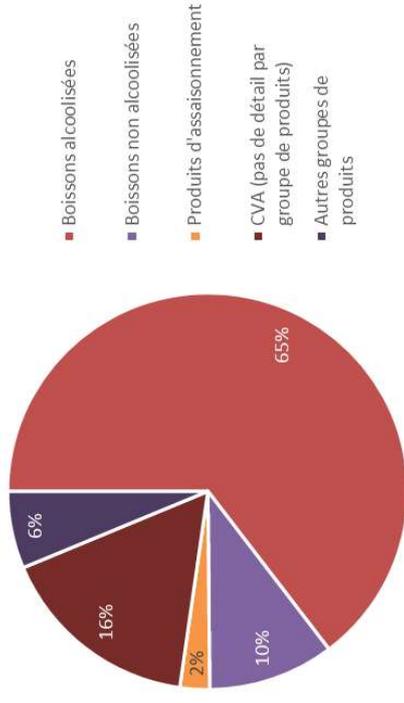
Les principaux groupes de produits « contributeurs » à chaque matériau d'emballage, pour les quatre matériaux d'emballage principaux, sont présentés page suivante.

Acier



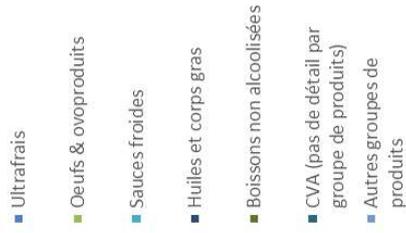
Cinq groupes de produits – hors CVA – représentent 79 % des tonnages

Verre



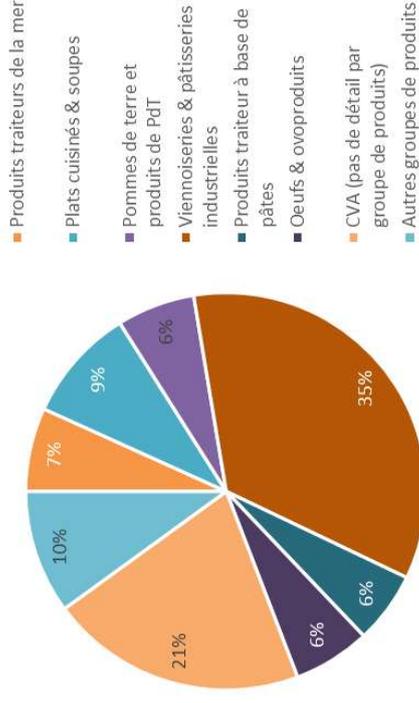
Trois groupes de produits – hors CVA – représentent 77 % des tonnages

Plastique rigide



Cinq groupes de produits – hors CVA – représentent 71 % des tonnages

Carton



Six groupes de produits – hors CVA – représentent 69 % des tonnages

Quant aux « autres matériaux d'emballage », représentant environ 9 % des tonnages mis sur le marché, ils se décomposent de la façon suivante :

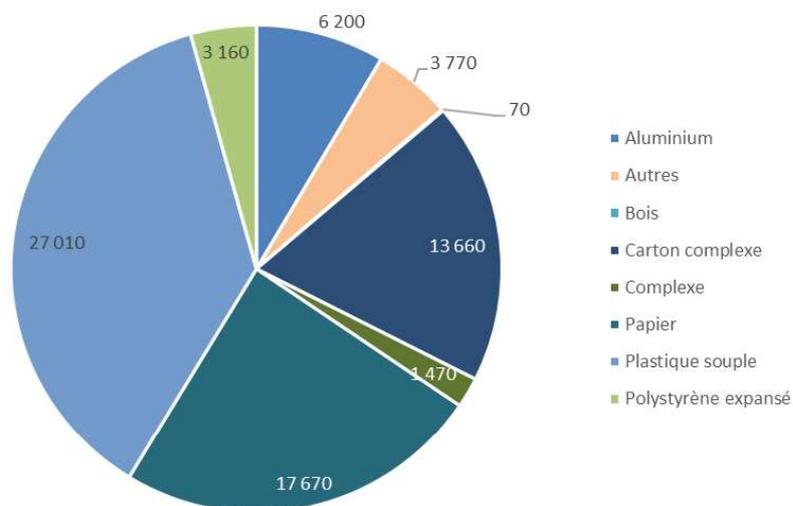


Figure 20 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Zoom « autres matériaux »

Le plastique souple représente 37 % du gisement des autres matériaux d'emballages, suivi par le papier (24 %), le carton complexe (19 %), l'aluminium (8 %) et le polystyrène expansé (4 %). Ces matériaux d'emballage se retrouvent pour les groupes de produits suivants :

- **Pour le plastique souple** : les produits surgelés sont majoritaires (notamment les catégories « légumes et herbes aromatiques », « pommes de terre et produits de pomme de terre », « viande », « volaille ») ;
- **Pour le papier** : la farine et les ingrédients laitiers (beurre) sont majoritaires ;
- **Pour le carton complexe** : les ingrédients laitiers (crème) et boissons non alcoolisées (jus de fruits) représentent la majorité des tonnages ;
- **Pour l'aluminium** : le fromage est parfois conditionné en aluminium, de même que les boissons (canettes aluminium) vendues dans tous les circuits et notamment les CVA ;
- **Pour le polystyrène expansé** : les poissons, coquillages et crustacés sont ultra-majoritaires (90 % des tonnages).

➤ Gisement d'emballages à usage unique par secteur de la restauration

Le graphique suivant propose une représentation des tonnages d'emballages par secteur de la restauration, sachant que :

- **Pour la restauration commerciale et collective**, la répartition a été faite selon les données GIRA sur la base des achats de produits alimentaires. Par exemple, pour le produit « champignons frais », 2 400 tonnes par an sont achetées par la restauration collective et 10 300 tonnes par la restauration commerciale : ce ratio de 81 % en faveur de la restauration commerciale est donc repris pour le calcul des quantités d'emballages, et ainsi de suite pour tous les produits de l'étude ;
- **Pour les circuits de vente alternatifs et la GMS**, l'étude réalisée par l'ADEME et Citeo sur le gisement des emballages de la consommation hors domicile en France a été reprise. La table de correspondance qui a permis de rapprocher les deux études est présentée en annexe E du rapport ; il est à noter que cette correspondance est partielle, puisqu'il existe davantage de segments de restauration recensés par GIRA que de segments à l'étude ADEME-Citeo. Ainsi, les segments pris en compte de l'étude ADEME-Citeo sont les suivants :
 - Station-service (boutique) ;
 - Boulangerie, pâtisserie ;
 - Salon de thé, glacier, coffee bar ;
 - Livraison / vente à emporter / traiteur ;
 - Supermarché, épicerie.

Ces segments permettent de couvrir l'intégralité des segments GIRA à l'exception des tabac-presse et des segments de la catégorie « Ambulants et saisonniers ».

Sur les 812 000 tonnes d’emballages primaires à usage unique, la restauration commerciale en compte 516 000, la restauration collective et les CVA+GMS chacun 148 000.

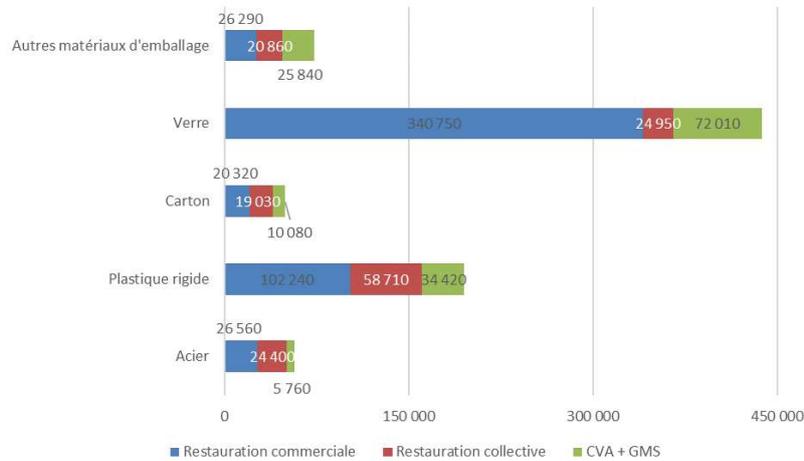


Figure 21 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage et secteur de la restauration

Il apparaît que :

- Un matériau est utilisé – en proportion – beaucoup plus par la restauration commerciale et les CVA+GMS que par la restauration collective : le verre ;
- Un matériau est utilisé – en proportion – beaucoup plus par la restauration collective que par la restauration commerciale et les CVA+GMS : l’acier ;
- Les plastiques rigides, cartons et autres matériaux d’emballages sont plutôt équitablement répartis entre les trois secteurs de la restauration.

➤ Gisement d’emballages à usage unique : focus sur les bouteilles

Le graphique ci-dessous présente, pour les matériaux concernés (plastique rigide et verre), la part des bouteilles dans l’ensemble des emballages primaires à usage unique consommés par les structures de restauration commerciale, restauration collective et CVA+GMS.

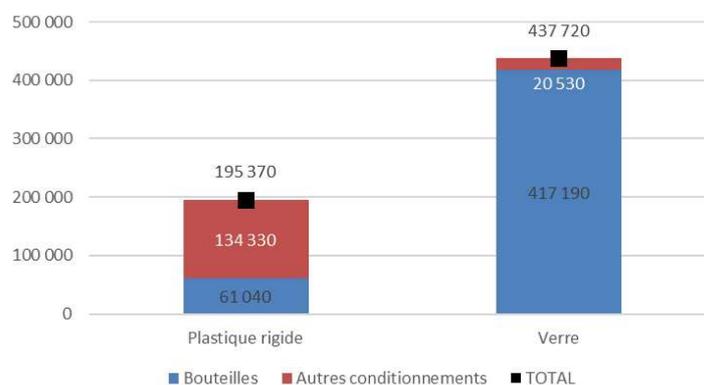


Figure 22 : Quantité de bouteilles parmi l'ensemble des emballages mis sur le marché (en tonnes)

- **Pour le verre**, les bouteilles représentent 95 % du gisement. Les autres emballages en verre sont principalement des bocaux ;
- **Pour le plastique rigide**, les bouteilles représentent 31 % du gisement. Les autres emballages en plastique rigide sont des seaux, pots, barquettes, etc.

➤ Gisement d’emballages à usage unique : comparaison avec l’étude ADEME-Citeo

Le chiffre global des 812 000 tonnes d’emballages à usage unique n’est pas comparable avec le gisement de 719 000 tonnes d’emballages de la consommation hors domicile évalué par l’étude ADEME-Citeo, dans la mesure où :

- **Certains emballages sont inclus dans l’évaluation ci-dessus, mais non dans l’étude ADEME-Citeo** : notamment tous les emballages de préparation qui restent en cuisine, comme les sachets de produits surgelés, les boîtes de conserve, les seaux de crème fraîches, etc. Ces emballages ont été estimés sur la base d’une part « restant en cuisine » par type de produits et sont évalués à 354 000 tonnes d’emballages primaires, soit 44 % du total (graphique ci-dessous et méthodologie détaillée en annexe D) ;

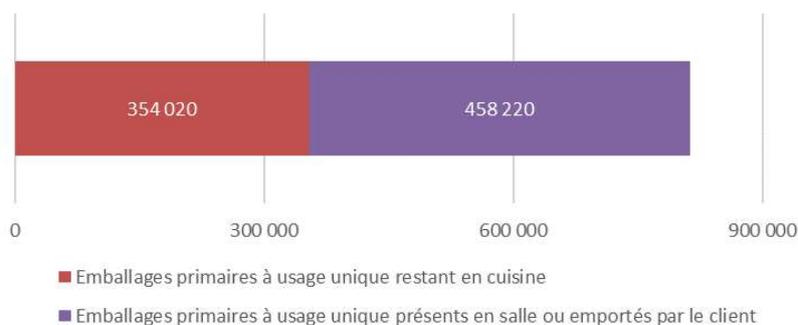


Figure 23 : Emballages primaires à usage unique restant en cuisine ou non - En tonnes

- **Inversement, certains emballages sont inclus dans l’étude ADEME-Citeo, mais non dans l’évaluation ci-dessus** :
 - **Emballages des produits en distributeur automatique** : les distributeurs automatiques ne sont pas intégrés dans le périmètre de l’exercice de quantification mené ici (centré sur la restauration commerciale, la restauration collective et les CVA+GMS). Tonnage correspondant 27 kt ;
 - **Emballages vides** : ils seront évoqués plus loin (et les chiffres repris directement de l’étude ADEME-Citeo). Tonnage correspondant : 241 kt.

Au total pour un périmètre équivalent à l’étude ADEME / Citeo sur la consommation hors domicile des ménages, la présente étude arrive à un total de 726 kt.

Un schéma de synthèse, en fin de partie 1.2, propose une présentation graphique des emballages primaires, secondaires-tertiaires et vides à usage unique utilisés par les acteurs de la restauration.

Cas particulier des emballages des produits non-alimentaires

Il est également nécessaire de prendre en considération les emballages liés aux produits non alimentaires et plus particulièrement ceux des produits d’entretiens²⁷. Aucune donnée de gisement n’étant disponible directement, ce dernier a été évalué de la façon suivante :

1. Evaluation des pratiques de nettoyage des différentes parties du restaurant en fonction du type de restauration (commerciale, collective et rapide), notamment la fréquence des lavages et la quantité de produit utilisé à chaque fois²⁸ ;
2. Identification des emballages de ces produits : ceci a été réalisé sur la base d’informations fournies par l’AFISE ;
3. Répartition par segment de la restauration sur la base des données fournies par GIRA sur le nombre d’établissements pour les différents segments de restauration.

A noter : l’estimation des quantités de produits d’entretien utilisés dans la restauration a été faite sans considération de la personne qui réalise effectivement le nettoyage. Les chiffres ci-dessous intègrent

²⁷ Les produits liés aux arts de la table (vaisselle, nappes, serviettes, etc.) apparaissent moins comme des « consommables » que les produits d’entretien – et de ce point de vue on peut supposer que les quantités d’emballages associées sont significativement plus faibles (un restaurant en général renouvelle moins ses couverts qu’il ne lave son sol). De plus, faute de fédération représentant les arts de la table, aucune hypothèse d’usage n’aurait même pu être validée, rendant ainsi l’évaluation du gisement assez incertaine.

²⁸ A noter que toutes les hypothèses faites ont été validées par l’AFISE.

donc tous les cas de figure possibles : personnel du restaurant ou personnel d'une société de nettoyage, avec dans ce second cas la possibilité d'apporter ou non les produits d'entretien.

Les données ci-dessous correspondent à une moyenne pour trois types de restaurants. Ces données ont ensuite été multipliées par le nombre de restaurants pour obtenir la quantité totale d'emballages primaires de produits d'entretien mis sur le marché.

Hypothèses	Restauration commerciale	Restauration collective	Restauration rapide
Nombre de lavages du sol par jour	3	3	3
Quantité de produit pour sol utilisée par lavage (L)	0,36	0,36	0,36
Conditionnement du produit pour le sol	Bidon de 5 L	Bidon de 5 L	Bidon de 5 L
Quantité de produit désinfectant en pulvérisateur utilisée pour le lavage de la cuisine (L)	0,03	4,5	4,5
Quantité de produit vaisselle à main utilisée par jour (L)	0,2	0,4	0,4
Conditionnement du produit vaisselle à main	Bidon de 1 L	Bidon de 5 L	Bidon de 5 L
Quantité de produit utilisée pour nettoyer les tables chaque jour (L)	0,75	0,75	0,75
Quantité de produit utilisée pour le lave-vaisselle chaque jour (L)	0,7	1,4	0,7
Conditionnement du produit pour le lave-vaisselle	Bidon de 10 L	Bidon de 20 L	Bidon de 10 L
Quantité de savon pour les mains utilisée chaque jour (L)	0,4	1,2	1,2
Conditionnement du savon	Poche souple de 800 mL	Poche souple de 800 mL	Poche souple de 800 mL

Tableau 12 : Hypothèses de production d'emballages de produits d'entretien par type de restauration

Les conditionnements types étant des bidons et des poches souples, seuls deux matériaux sont présents : le plastique rigide et le plastique souple. **On constate une quantité nettement supérieure de plastique rigide qui représente 95 % du gisement.**

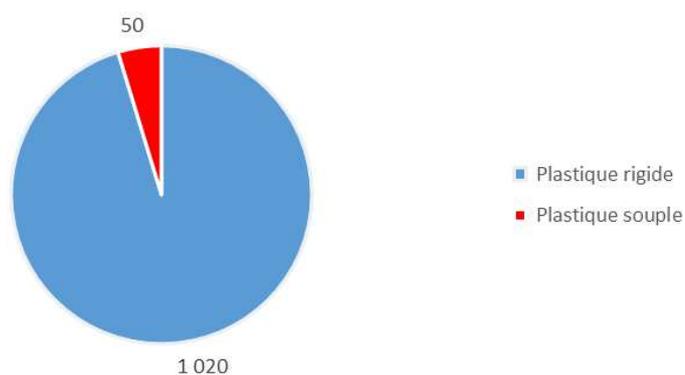


Figure 24 : Quantité hebdomadaire d'emballages utilisés (en tonnes) – Répartition par matériau

Annuellement, la quantité totale d'emballages de produits d'entretien à destination de la restauration est évaluée à :

- Plastique rigide : environ 50 000 tonnes ;
- Plastique souple : environ 2 500 tonnes.

Le graphique ci-dessous présente le gisement de plastique rigide en fonction du segment. On constate ainsi que les établissements utilisant le plus de produits ménagers en bidons sont ceux des secteurs de l'enseignement, du social, du travail ainsi que de la restauration rapide. La restauration collective ainsi que la restauration rapide sont donc les plus gros utilisateurs.

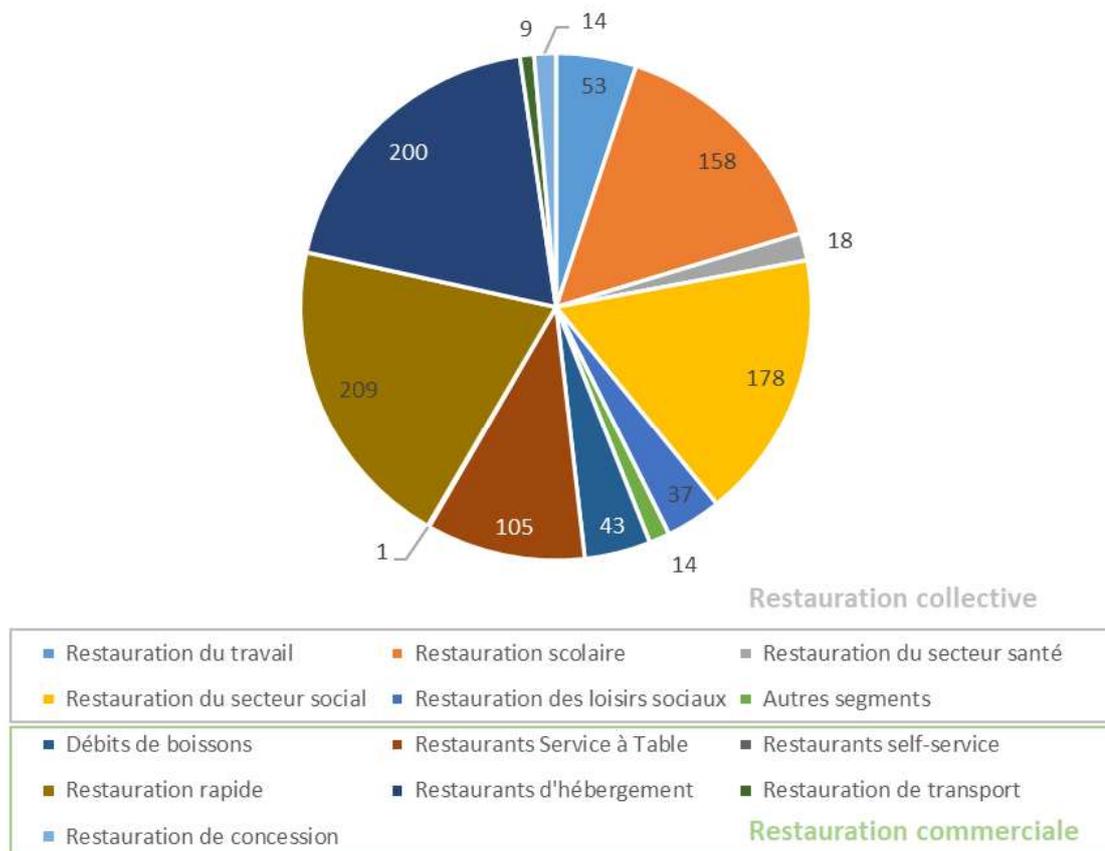


Figure 25 : Quantité hebdomadaire d'emballages en plastique rigide utilisés (en tonnes) – Répartition par segment de restauration

Une modélisation similaire a été réalisée pour les plastiques souples. Les mêmes constats que précédemment sur la restauration collective et celle rapide peuvent être faits.

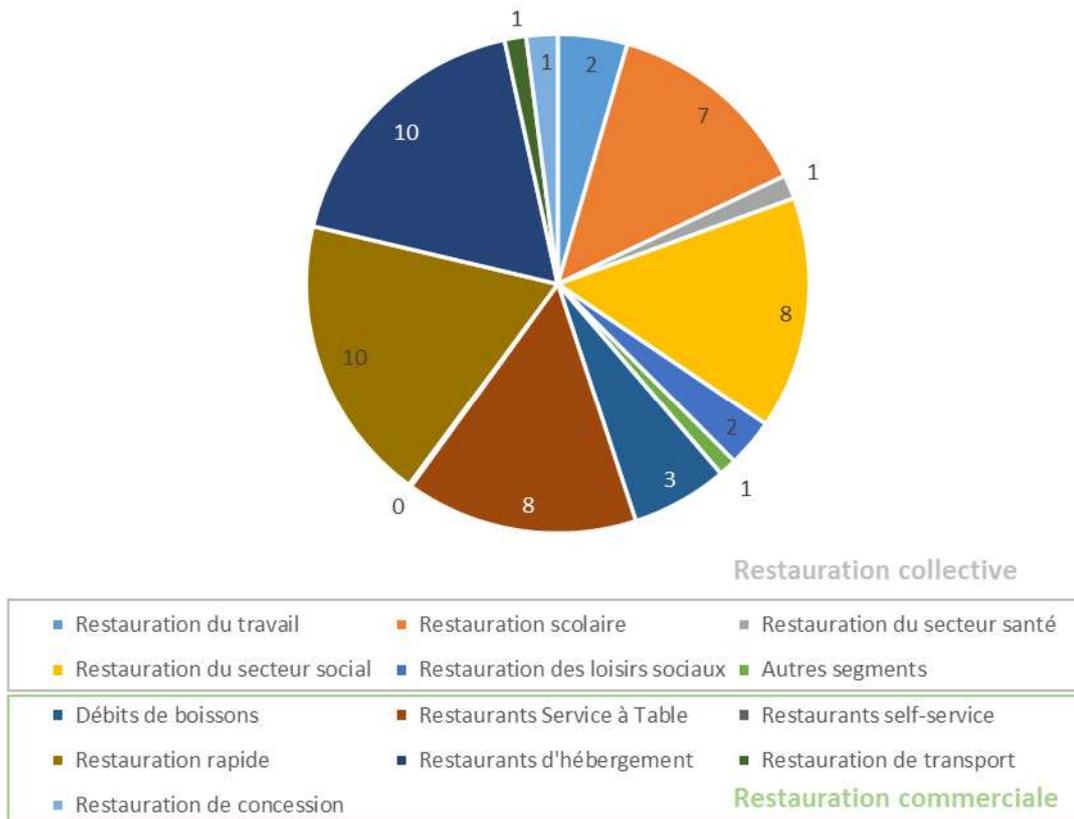


Figure 26 : Quantité hebdomadaire d'emballages en plastique souple utilisés (en tonnes) – Répartition par segment de restauration

A noter : faute de données disponibles, ce focus est le seul qui a été réalisé sur les emballages de produits non-alimentaires. Dans le reste du rapport, l'ensemble des emballages considérés sont des emballages de produits alimentaires uniquement.

2.2.2.2 Emballages secondaires (E2) et tertiaires (E3)

2.2.2.2.1 Méthodologie adoptée

La méthodologie adoptée est une approche en entonnoir :

1. Pour certains produits, les emballages secondaires et tertiaires sont connus « facilement » :

- Boissons : certaines données ont été fournies par la Fédération Nationale des Boissons (FNB), sur la base de retours adhérents, données qui ont été complétées par l'équipe projet pour certains formats de boisson pour lesquels l'information de conditionnement secondaire et tertiaire était manquante ;
- Produits dits « inconnus » : certains emballages secondaires et tertiaires ont été identifiés au moment de l'identification des emballages primaires. Par exemple, les emballages de certains coquillages comme les moules ont été classés dans la catégorie des emballages tertiaires, parce qu'ils servent avant tout au transport des produits (voir critères de classement ci-dessus). En tout, une dizaine de produits frais sont concernés :
 - Viande fraîche ;
 - Volaille fraîche ;
 - Coquillages frais ;
 - Traiteurs de la mer frais ;
 - Légumes frais ;
 - Légumes 4G frais ;
 - Tomates fraîches ;

- Pomme de terre fraîche ;
- Champignons frais ;
- Fruits frais ;
- Œufs frais ;
- Pâtes sèches ;

2. Pour les autres produits :

- Emballages secondaires : un focus a été fait sur les cartons de regroupement. La méthodologie retenue a consisté à :
 - Evaluer le poids moyen de produits alimentaires contenus dans un carton de regroupement. Ceci a été fait sur la base d'une vingtaine de fiches techniques et logistique et le résultat est le suivant : **en moyenne, 6 kg de produits alimentaires sont placés dans un carton de regroupement** ;
 - Estimer sur cette base le nombre de cartons de regroupement mis sur le marché : quantité totale de produits alimentaires hors ceux listés ci-dessus (en kg) – le tout divisé par six ;
 - Multiplier le nombre de cartons de regroupement par le poids unitaire d'un carton vide, évalué à 800 grammes ;
- Emballages tertiaires : un focus a été fait sur les palettes et les films de palettisation²⁹.
 - Palettes : même méthodologie que les cartons de regroupement avec un poids moyen de 420 kg de produits alimentaires par palette et un poids unitaire de 25 kg pour une palette vide ;
 - Films de palettisation : environ 150 grammes de films sont utilisés en moyenne pour une palette.

La méthodologie détaillée et les sources des différentes données sont présentées en détail en annexe E du rapport.

2.2.2.2 Résultats

L'étude évalue à 636 000 tonnes le gisement des emballages secondaires et tertiaires utilisés par les acteurs de la restauration.

Il apparaît que les emballages secondaires et tertiaires de la restauration sont quasi-exclusivement composés de carton (87 %) et de bois (13 %).

²⁹ Faute de données (et de temps) disponible, d'autres emballages tertiaires n'ont pas pu être considérés : par exemple les intercalaires et les cales de palettisation, de même que les cerclages.

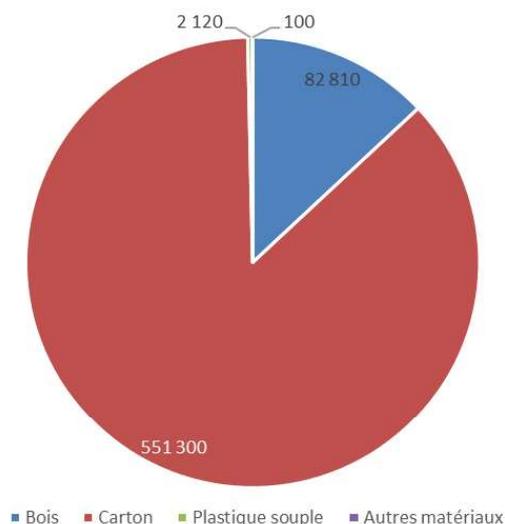


Figure 27 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique par matériau d'emballage (en tonnes)

➤ Emballages secondaires et tertiaires en bois

Les fruits et légumes représentent 96 % des tonnages :

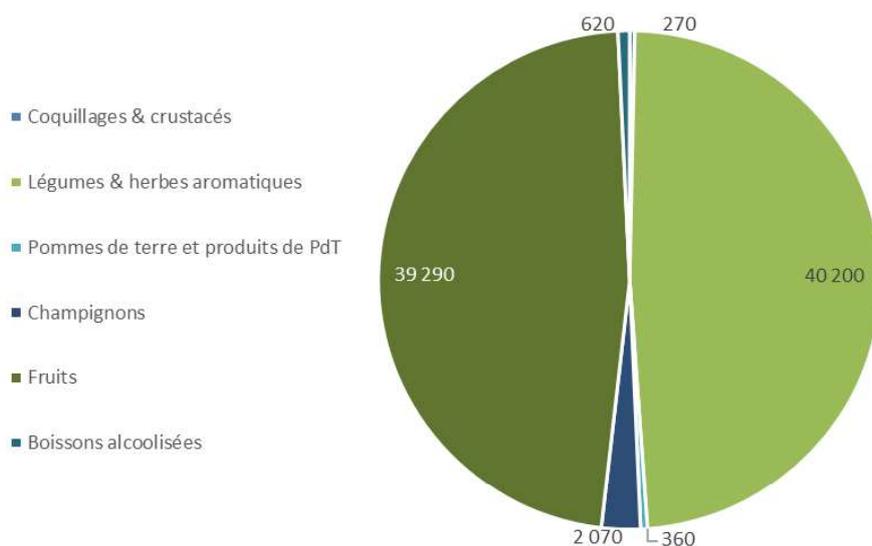


Figure 28 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique en bois - Focus sur les produits concernés (en tonnes)

Mis à part les fruits et légumes, les autres produits concernés par un emballage secondaire ou tertiaire en bois sont les suivants :

- **Coquillages et crustacés** : bourriches d'huîtres principalement ;
- **Pommes de terre et produits de PdT** : certaines variétés comme les pommes de terre nouvelles ;
- **Champignons** : certains sont conditionnés en emballages bois, d'autres en caisses plastiques ;
- **Boissons alcoolisées** : cas particulier des bouteilles de grand format (jéroboam et au-delà).

➤ Emballages secondaires et tertiaires en carton

Tous les produits ou presque sont concernés par un conditionnement carton (à usage unique) pour le regroupement ou le transport :

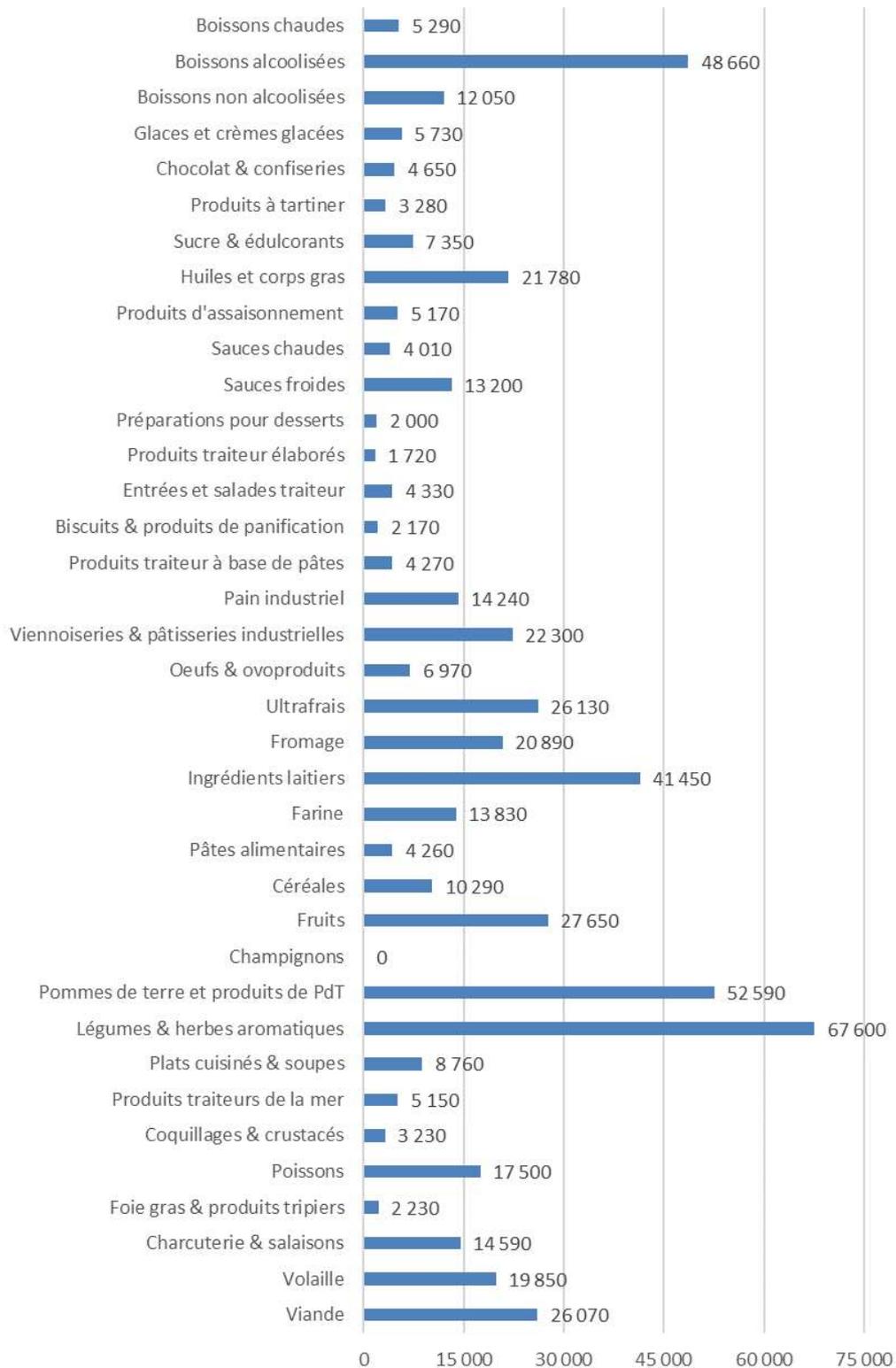


Figure 29 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique en carton (en tonnes)

Les principaux groupes de produits en tonnage, pour les emballages secondaires et tertiaires en carton, sont les suivants :

- **Fruits et légumes (17 % du total à eux deux)** : le carton correspond aux caisses ou « plateaux » cartons utilisés pour le transport en alternative aux caquettes bois ;
- **Pommes de terre (10 % du total)** : le carton correspond aux emballages de regroupement utilisés pour le transport des pommes de terre hors pommes de terre fraîche (i.e. sachets de frites surgelées normalement) ;
- **Boissons alcoolisées (9 % du total)** : le carton correspond aux cartons de vin (6 ou 12 bouteilles) ;
- **Ingrédients laitiers (8 % du total)** : le carton correspond aux emballages de regroupement utilisés pour le transport du lait, du beurre et de la crème.

2.2.2.3 Emballages vides

Le graphique ci-dessous, réalisé à partir de données de l'étude ADEME-Citeo, présente les quantités d'emballages vides mis sur le marché (cartons pizza, barquettes plastique, feuilles papier, coupelles, pot, bols, feuille du boucher ou du poissonnier, etc.).

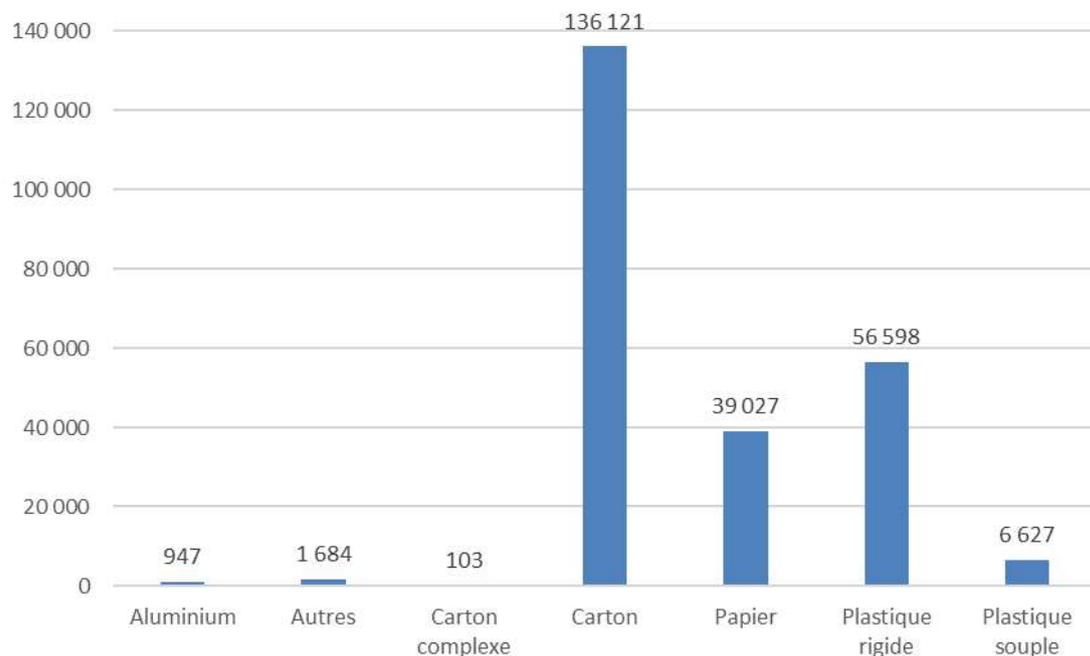


Figure 30 : Emballages vides mis sur le marché (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage

Le total des emballages vides mis sur le marché représente environ 241 000 tonnes par an.

2.2.2.4 Synthèse des emballages primaires, secondaires-tertiaires et vides à usage unique

Le tableau ci-dessous propose une synthèse des quantités par type d'emballage, pour les emballages de produits alimentaires uniquement :

Emballages à usage unique	Quantités
Primaires	812 000 tonnes
Secondaires et tertiaires	636 000 tonnes
Vides	241 000 tonnes
TOTAL	~ 1 690 000 tonnes

Tableau 13 : Quantité d'emballages de la restauration à usage unique - Répartition par type d'emballage

Le graphique ci-dessous donne une répartition de ces emballages par matériaux :

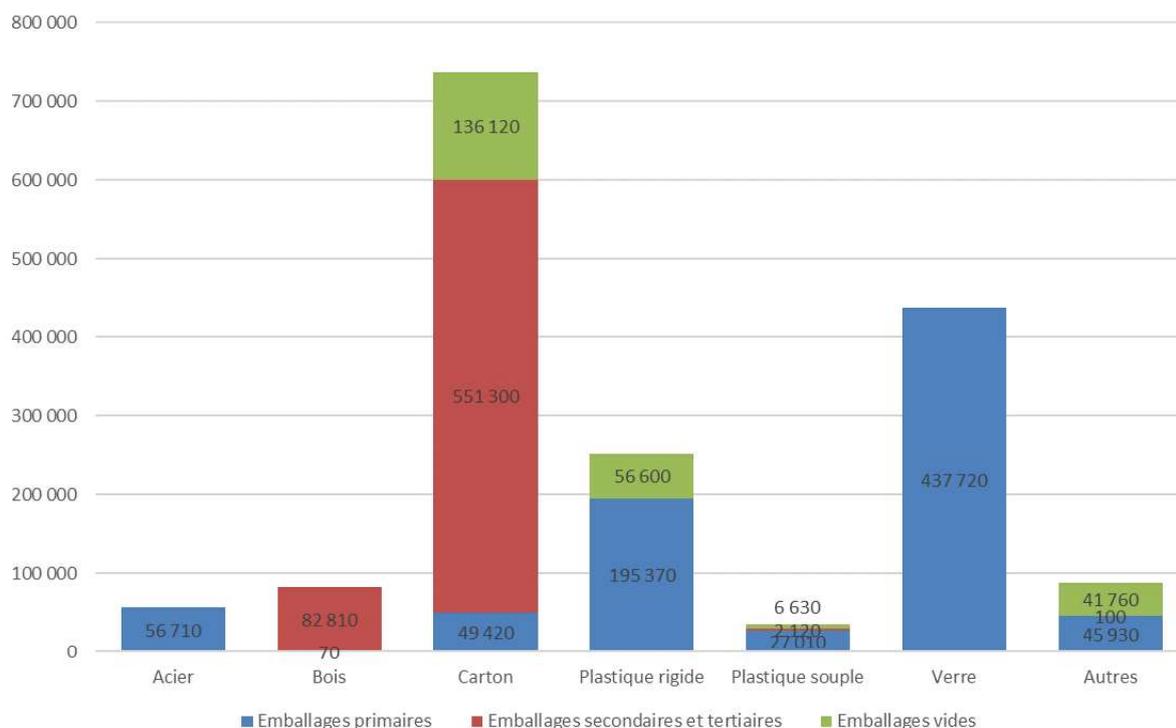


Figure 31 : Emballages de la restauration à usage unique - Répartition par type et matériau d'emballages (tonnes)

Le schéma ci-après propose une synthèse des différents types d'emballages mis sur le marché, répartis non plus par matériau mais par lieu de consommation : emballages restant en cuisine (*back office*), emballages présents en salle (*front office*) et emballages emportés par les clients.

1 690 ktonnes d'emballages liés à une activité de restauration mis sur le marché :

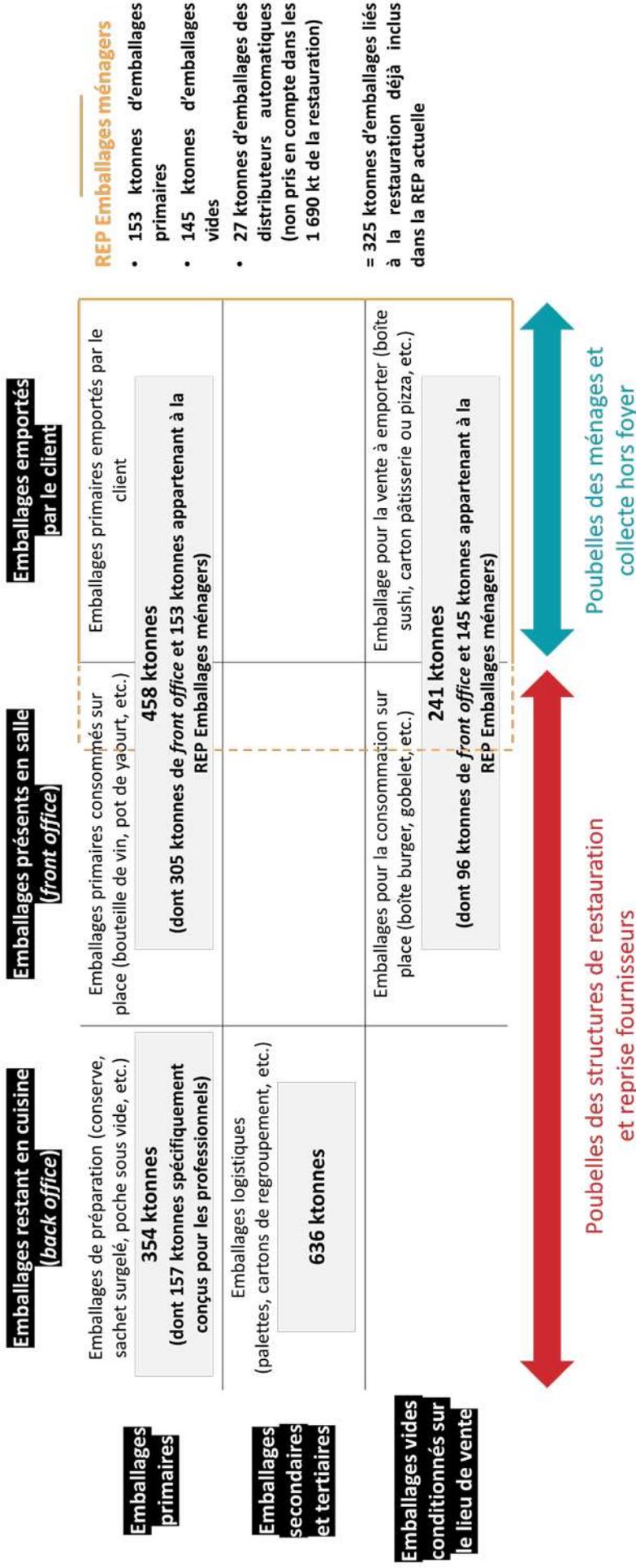


Figure 32 : Schéma de synthèse par type d'emballages et lieu d'utilisation / consommation

2.2.2.5 Contenants

Dans le cadre de cette étude, le « contenant » correspond à un objet qui n'est généralement pas initialement considéré comme un emballage mais dont les fonctions peuvent être assimilées à celles d'un emballage. Les contenants présentés ci-dessous, qui ont été cités au cours des entretiens par les différents acteurs interrogés, permettent de mettre en évidence des exemples de contenants qui en fonction de leurs fonctions pourraient être considérés comme des emballages. Il n'appartient par contre pas à cette étude de qualifier chaque contenant comme étant ou n'étant pas un emballage.

Contenant	Commentaire
Gobelet, éco-cup	Mis à disposition des client-es par certains restaurants, les gobelets jetables et éco-cups réemployables sont un cas limite d'emballage, puisque contrairement à une vaisselle classique qui reste sur place, les gobelets et éco-cups sont emportés par les client-es ³⁰ .
Film alimentaire	Le film alimentaire, généralement en plastique, est utilisé pour protéger des préparations froides et les « réserver » avant leur service ultérieur ou leur incorporation dans un plat. Les films alimentaires sont beaucoup utilisés dans tous les secteurs de la restauration.
Barquette ou sachet de congélation	D'utilisation moins courante, la barquette ou le sachet de congélation sert de contenant à des produits alimentaires qui seront ensuite décongelés.
Bac gastronomique en inox	Utilisé en restauration collective, le « bac gastro » peut servir à la fois à l'acheminement des plats (depuis une cuisine centrale vers une cuisine satellite) et à leur service. Il remplira ainsi les mêmes fonctions que la barquette en plastique thermoscellée.
Roll	Pour livrer leurs produits, certains grossistes alimentaires utilisent des rolls de transport, i.e. chariots grillagés en hauteur, qui ont l'avantage de prendre moins de place au sol qu'une palette et sont donc plus pratiques pour des restaurants de petite taille (restaurants de centre-ville par exemple). Comme les palettes, les rolls sont repris en logistique inverse par les distributeurs qui les livrent : soit immédiatement lors de la livraison, soit ultérieurement au passage suivant.

Tableau 14 : Exemples de contenants utilisés en restauration

Dans le cadre de cette étude, il n'a pas été possible d'évaluer précisément les quantités de contenants utilisées par les acteurs de la restauration.

³⁰ Selon les conditions de distribution et de consommation, les gobelets / éco-cups pourraient être considérés ou non comme un emballage : le gobelet de la machine à café serait un emballage (notion de vente), tandis que le gobelet utilisé en restauration scolaire pour distribuer aux enfants ne serait pas un emballage (vaisselle).

2.2.3 Distinction des emballages spécifiques à la restauration

2.2.3.1 Emballages ménagers et emballages professionnels

En pratique, certains emballages « consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration » ne sont pas forcément distinguables d'emballages ménagers. Par exemple, les yaourts achetés par les sociétés de restauration collective sont les mêmes que les yaourts achetés par les ménages en supermarché : un même produit emballé peut être consommé indifféremment par un ménage ou un professionnel. Mais inversement, il existe des produits dont la contenance ou la forme font qu'ils sont conçus pour une utilisation exclusivement professionnelle : c'est le cas par exemple d'un seau de crème fraîche de 5 kg ou d'une boîte de conserve de 10 kg³¹.

Parmi tous les emballages à usage unique utilisés par les professionnels de la restauration (ensemble du périmètre), l'étude cherche à quantifier la part d'emballages spécifiquement conçus pour un usage professionnel.

Dans le cadre de cette étude une estimation des emballages spécifiquement destinés aux professionnels, a été réalisée en s'appuyant sur les « principes de base pour la distinction entre les produits ménagers et industriels » édictés en Belgique. Ces principes sont les suivants :



Figure 33 : Arbre de décision de l'emballage ménager ou industriel en Belgique³²

Les numéros 1 et 2 entre parenthèses renvoient aux deux remarques suivantes :

1. « Le circuit de distribution n'est donc pas le critère déterminant » : en effet, le même produit peut être distribué par des grossistes alimentaires (aux professionnels) ou des grandes et moyennes surfaces (aux ménages principalement). Pour déterminer dans les faits la nature de l'emballage, le circuit de distribution n'est donc pas un critère suffisant ;
2. « Lorsque l'emballage primaire d'un produit est composé de telle sorte que l'usage du produit nécessite l'utilisation d'un appareil professionnel, l'emballage primaire de ce produit est industriel. Exemple : un fût de bière. »

Ainsi, pour chacun des produits achetés par la restauration commerciale ou collective³³, il a été attribué une nature d'emballage sur la base des principes ci-dessus et de la « liste grise » disponible en ligne. L'objectif de cette exercice est d'apporter un éclairage sur les emballages qui sont spécifiquement destinés aux professionnels de la restauration (d'une part) et ceux qui sont similaires aux emballages utilisés par les ménages (d'autre part).

Ainsi, il apparaît que la quantité d'emballages spécifiquement conçus pour un usage professionnel représente une petite partie de la quantité d'emballages primaires utilisés par les professionnels de la restauration : environ 19 % selon les calculs de l'étude. Les graphiques ci-dessous apportent un éclairage complémentaire par matériau d'emballage et catégorie de produits :

³¹ Le terme « exclusivement » désigne bien la conception des produits emballés : même si dans les faits il peut arriver de trouver en GMS des contenances de 5 ou même 10 kg, à l'origine ces contenances sont bien de conception professionnelle.

³² VALIPAC, 2019, Principes de base pour la distinction entre les produits ménagers et industriels

³³ Ce travail n'a pu être fait que pour les emballages de la restauration commerciale et de la restauration collective, puisque les données d'achat de GIRA Foodservice – et tout le travail d'évaluation du gisement d'emballages présenté plus haut – ne portent que sur ces deux grands secteurs de la restauration. Cependant, on peut légitimement supposer que la quasi-totalité des emballages des produits alimentaires achetés par les CVA et les autres acteurs sont des emballages assimilés ménagers, c'est-à-dire proches ou identiques aux emballages consommés par les ménages, et non des emballages spécifiquement conçus pour les professionnels.

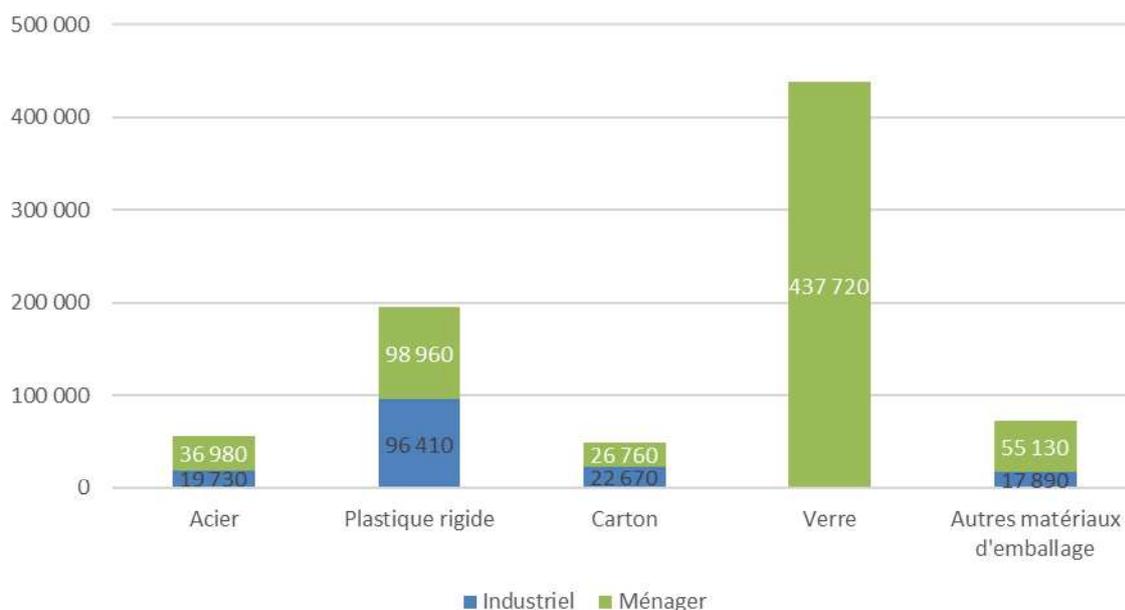


Figure 34 : Emballages professionnels et ménagers « par nature » - Répartition par matériau – emballage primaire

Les emballages « industriels » au sens de VALIPAC désignent les emballages professionnels par nature ; les emballages « ménagers » désignent les emballages ménagers par nature. On peut analyser ainsi le graphique ci-dessus :

- Pour le matériau verre, le plus important en tonnage, les emballages utilisés par les acteurs de la restauration sont quasi-exclusivement ménagers par nature ;
- Pour l'acier et les autres matériaux d'emballages une part minoritaire des emballages utilisés par les professionnels de la restauration sont professionnels par nature.
- Pour le plastique rigide et le carton, environ la moitié des emballages utilisés par les professionnels de la restauration sont professionnels par nature.

Les emballages « ménagers » ont les mêmes caractéristiques en terme de composition et de taille que ceux de la REP emballages ménagers. Ils peuvent être :

- Identiques : l'emballage est exactement le même
- Similaires : l'emballage peut être identifié comme différents de ceux de la REP ménagers, par une étiquette spécifique par exemple, mais la composition et la taille sont les mêmes.

2.2.3.2 Règles et pratiques de déclaration dans la REP Emballages ménagers

Dans le cadre de la REP emballages ménagers actuelle les règles et les pratiques qui permettent de distinguer un emballage ménager d'un emballage non-ménager sont rappelées dans cette partie.

Selon les termes de l'article L.541-10-1 du Code de l'environnement : « relèvent du principe de responsabilité élargie du producteur [...] les emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les ménages, y compris ceux consommés hors foyer ». Pour déterminer si le détenteur de l'emballage est un ménage ou non, la pratique introduit deux cas de figures :

- **Le cas général** : la détermination du caractère ménager se fait au moyen du circuit de distribution utilisé par les producteurs du produit emballé ;
- **Le cas particulier de la consommation hors foyer** : le lieu de consommation entre également en ligne de compte.

2.2.3.2.1 Cas général : déclaration selon le circuit de distribution

Pour déterminer et déclarer la quantité d'emballages ménagers qu'ils mettent sur le marché, les metteurs sur le marché de produits emballés s'appuient sur les circuits de distribution qu'ils utilisent. Or parmi l'ensemble des circuits de distribution identifiés plus haut, il existe :

- **Des circuits dits « ménagers »** : les grandes et moyennes surfaces et les commerces de détail. Les produits emballés vendus via ces circuits relèvent de la REP des emballages ménagers et sont déclarés comme tels aux éco-organismes de la filière ;
- **Des circuits dits « professionnels »** : les grossistes (alimentaires et boissons), les prestataires logistiques et la vente directe aux professionnels (cas d'un producteur de vin par exemple qui vendrait directement à des restaurateurs). Les produits emballés vendus via ces circuits ne relèvent pas de la REP des emballages ménagers et ne sont pas déclarés aux éco-organismes de la filière. Cependant, les metteurs sur le marché doivent être en mesure de justifier la quantité d'emballages empruntant des circuits professionnels : pour cela ils peuvent demander aux grossistes notamment une attestation qui leur permet d'exclure de leur déclaration aux éco-organismes les emballages vendus via des circuits professionnels. Cette « attestation grossiste » est un justificatif pour les metteurs sur le marché, qu'ils doivent pouvoir présenter en cas de contrôle ;
- **Des circuits dits « mixtes »** : les *cash & carry*. Ces circuits sont mixtes parce que, même si les clients des *cash & carry* sont tous des professionnels, les clients finaux de ces clients peuvent être des ménages. C'est le cas par exemple des commerces de détail qui s'approvisionnent dans les *cash & carry* pour revendre à des particuliers : il s'agit donc d'un schéma B-to-B-to-C selon lequel le produit emballé est bien utilisé finalement par un ménage. Dans ce cas, les *cash & carry* ont la possibilité d'établir une typologie de clients selon les ventes de ces clients : d'une part les clients « ménagers » (au sens où ces derniers peuvent revendre aux ménages) et d'autres part les clients « non-ménagers » (au sens où ces derniers ne vendent qu'aux professionnels). Dans les faits cependant, il semble que seul un grossiste ait catégorisé ainsi ses clients et soit en mesure de fournir automatiquement aux metteurs sur le marché qui en font la demande une attestation indiquant la part des produits emballés ménagers (i.e. utilisés finalement par un ménage) et non-ménagers (i.e. utilisés par un professionnel)³⁴.

³⁴ Source : entretien avec Citeo et Adelphe.

ATTESTATION GROSSISTE POUR LA DECLARATION		2020
Volumes de produits pour les emballages non soumis à la contribution Citeo		
INFORMATIONS FOURNISSEUR (A remplir par le client Citeo)		
N° client :	<input type="text"/>	
Nom de l'entreprise :	<input type="text"/>	
N° SIREN :	<input type="text"/>	
Contact :	<input type="text"/>	
INFORMATIONS GROSSISTE		
Nom du grossiste :	<input type="text"/>	
N° SIREN :	<input type="text"/>	
Nom du signataire de l'attestation :	<input type="text"/>	
Fonction :	<input type="text"/>	
PERIMETRE A PRENDRE EN COMPTE PAR LE GROSSISTE POUR ETABLIR LA DITE ATTESTATION		
Sur 100% des achats réalisés auprès de votre fournisseur, indiquer la part globale des exclusions réalisées :	<input type="text"/>	%
Répartir cette part globale des exclusions réalisées par type de client :		
Café, hôtel, restaurant traditionnel <small>(emballages de produits consommés au sein de l'établissement)</small>	<input type="text"/>	%
Restauration collective <small>(école, prison, armée...)</small>	<input type="text"/>	%
Artisans, professions libérales <small>(produits non installés/posés au domicile d'un particulier)</small>	<input type="text"/>	%
Autres (à préciser ci-dessous)	<input type="text"/>	%

Figure 35 : Exemple d'attestation grossiste proposée par Citeo - Fichier Excel mis à disposition des metteurs sur le marché (qui le transmettent aux grossistes)

La déclaration des emballages ménagers mis sur le marché sur la base du circuit de distribution implique des cas de sur- et de sous-déclaration, qu'il est cependant impossible de quantifier précisément. Mais dans les faits :

- Il y a « sur-déclaration » quand des emballages vendus dans des circuits ménagers sont finalement utilisés par des professionnels. Ce cas n'est pas rare : il représente environ 1 milliards d'euros d'achats des restaurateurs, comme il est expliqué dans la partie 1.1.2.6 ;
- Il y a « sous-déclaration » quand des emballages vendus dans des circuits professionnels sont finalement utilisés par des ménages. Ce cas est beaucoup plus rare et correspond à des situations très particulières évoquées par les acteurs interrogés dans le cadre de l'étude :
 - Achats des Comités d'Entreprise (CE) auprès des *cash & carry* ou grossistes : exemple de fruits et légumes achetés par un CE et mis à disposition de ses adhérents ;
 - Opérations de déstockage ou de dégagement, menées au niveau des industriels ou des grossistes : il existe des chaînes spécialisées dans la revente de produits de déstockage et les produits déstockés peuvent ainsi être consommés par des ménages ;
 - Paniers Too Good To Go ou Phenix : ces ventes directes des grossistes aux consommateurs sont extrêmement minoritaires et visent uniquement à limiter le gaspillage alimentaire ; de plus il n'est pas certain qu'elles perdurent après le covid.

2.2.3.2.2 Cas particulier du « hors foyer » : déclaration selon le lieu de consommation

Pour déterminer si un emballage est ménager ou non, le circuit de distribution n'est pas toujours un critère suffisant, puisque dans certains cas le produit emballé est bien acheté par un ménage mais il n'y a pas de « distribution » à proprement parler, dans un magasin de produits alimentaires ou non. Par exemple, si la « distribution automatique » reste une forme (limite) de distribution, en revanche l'achat d'un produit emballé dans un lieu de restauration ou de divertissement ne relève pas de la distribution : un restaurant ou un cinéma ne sont pas des magasins.

Pour la filière REP des emballages ménagers, l'enjeu a donc été de définir quels étaient les lieux de consommation par les ménages de produits emballés – c'est-à-dire les lieux d'achat de produits emballés par les ménages, au-delà des circuits de distribution classiques. C'est ainsi que la notion de « hors foyer » a émergé progressivement, pour faire son apparition dans le cahier des charges d'agrément des éco-organismes de la filière des emballages ménagers en 2012.

Les emballages ménagers issus de la consommation hors foyer sont définis comme des emballages « abandonnés par un ménage dans un lieu autre que son domicile du fait de sa consommation hors du foyer. Cet abandon peut avoir lieu sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou encore dans un lieu privé »³⁵. Pour donner corps à la notion de hors foyer, il existe aujourd’hui une liste de lieux de consommation d’emballages ménagers inclus dans la filière REP des emballages ménagers et exclus de la filière REP des emballages ménagers. La règle est la suivante :

- **Les lieux de consommation aujourd’hui inclus dans la filière REP des emballages ménagers sont les suivants :** lieux de transport (catering embarqué, transport au sol, stations-services), sites de concession, salles de loisirs ou de sport, circuits de ventes alternatifs, distributeurs automatiques, libre-service lieux de restauration rapide (ou commerciale moderne) sauf pour la partie en salle avec tri sélectif en place ;
- **Les lieux de consommation aujourd’hui exclus de la filière REP des emballages ménagers sont les suivants :** lieux de restauration rapide (ou commerciale moderne) pour la partie « consommation sur place avec tri sélectif en place », lieux de restauration commerciale traditionnelle (cafés, restaurants service à table, discothèques, hôtels, etc.), lieux de restauration collective, discothèque.

Pour la restauration rapide (ou restauration moderne), un critère supplémentaire a été ajouté récemment pour déterminer l’appartenance ou non à la filière REP des emballages ménagers, à la suite d’un courrier du Ministère de la Transition Ecologique adressé au Syndicat National de l’Alimentation et de la Restauration Rapide (SNARR). Le critère de consommation sur place ne suffit plus à exclure les produits emballés du périmètre de la filière ménagère, il faut de surcroît que le tri sélectif soit mis en place dans le lieu de consommation (tri 5 flux) et que les consignes de tri soient clairement affichées. En d’autres termes, en cas de consommation sur place, les produits emballés relèvent du périmètre de la REP des emballages ménagers sauf si « le consommateur est informé de façon claire et visible du geste de tri adapté au dispositif de collecte proposé en salle »³⁶. Et de fait, les professionnels de la restauration rapide déclarent tous leurs emballages sauf ceux des produits consommés sur place (dans des lieux effectuant le tri des déchets d’emballages et affichant les consignes de tri associées)³⁴.

Le schéma ci-dessous, réalisé par l’ADEME, présente le périmètre actuel de la filière REP des emballages ménagers pour les produits consommés hors domicile :

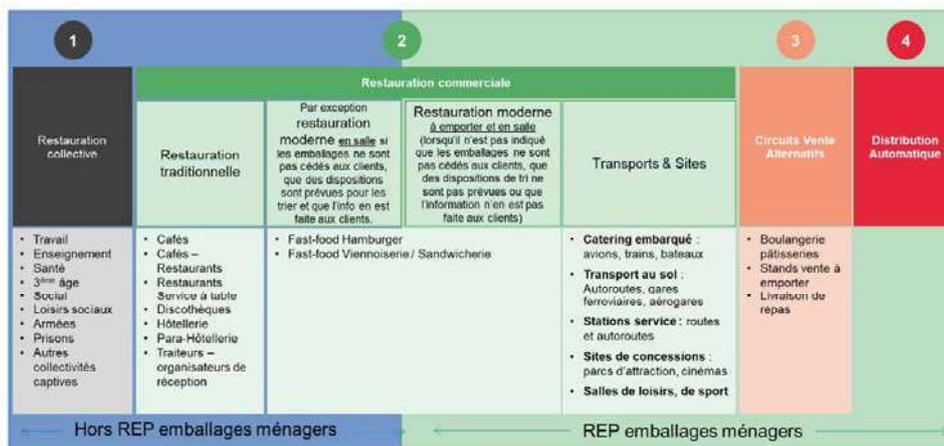


Figure 36 : Périmètre de la REP pour les emballages consommés hors domicile³⁷

³⁵ Cahier des charges des éco-organismes de la filière REP Emballages ménagers – Version consolidée et mise à jour au 25 décembre 2020 : <https://www.ecologie.gouv.fr/dechets-des-emballages-menagers>.

³⁶ Citeo, Guide de la déclaration 2020. Selon les termes du courrier du Ministère de la Transition Ecologique, l’absence d’éco-contribution à Citeo est possible pour « les sites effectivement équipés de dispositif de tri 5 flux, uniquement pour les emballages qui ne sont pas cédés aux consommateurs et comportant une information sur le geste de tri adapté au dispositif de collecte ».

³⁷ Source : ADEME

2.2.4 Focus sur le réemploi des emballages de la restauration

2.2.4.1 Description des circuits de réemploi

Il est rappelé en préambule qu'un emballage réemployé :

- N'a pas le statut de déchet ;
- Est couramment adossé à un dispositif d'incitation au retour (consigne par exemple) ;
- Sera utilisé plusieurs fois.

Comme il apparaît dans le tableau ci-dessous, le réemploi des emballages concerne avant tout les boissons (alcoolisées et non alcoolisées), exception faite des palettes qui servent à l'ensemble des groupes de produits :

Emballages	Boissons	Produits alimentaires hors boissons
Primaires	<ul style="list-style-type: none"> • Bouteilles en verre • Fûts métalliques 	<ul style="list-style-type: none"> • Bocaux en verre (marginiaux)
Tertiaires	<ul style="list-style-type: none"> • Caisses CFP • Palettes bois 	

Tableau 15 : Principaux emballages réemployés par les acteurs de la restauration

2.2.4.2 Evaluation des quantités d'emballages réemployés

2.2.4.2.1 Emballages primaires

Les quantités d'emballages primaires réemployés sont reprises de l'étude ADEME-Citeo³⁸ ; une correspondance a été faite entre les segments de restauration des deux études. **Le graphique ci-dessous présente une répartition des emballages en verre réemployés, en tonnes et milliers d'Unités de Vente Consommateur (UVC).**

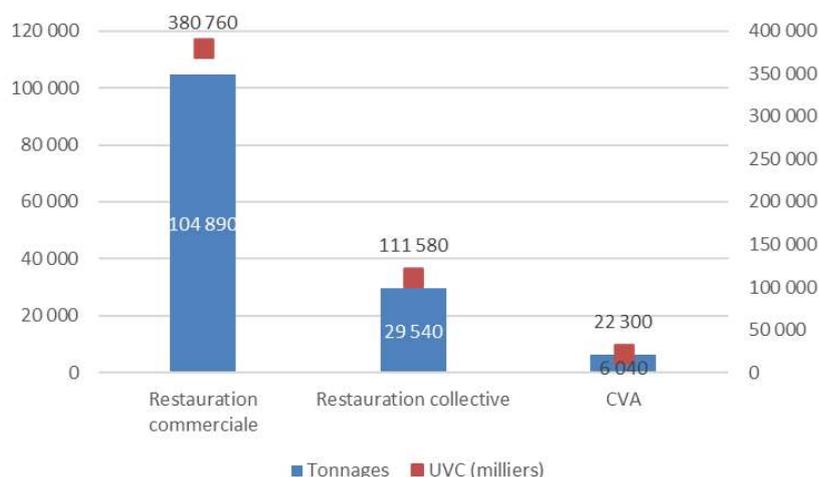


Figure 37 : Réemploi d'emballages primaires en verre - En tonnes (échelle de gauche) et milliers d'UVC (échelle de droite)

Le réemploi des emballages primaires en verre représente environ 140 000 tonnes, correspondant à 515 millions d'UVC.

³⁸ ADEME, Citeo, 2021, Le gisement des emballages ménagers en France

Concernant le réemploi des fûts, les données suivantes sont fournies par l'étude ADEME-Citeo :

- **Pour la bière**, 17 millions de fûts sont réemployés, en format majoritaire 30 litres (contenance moyenne de 24 litres), équivalents à 1 230 millions d'emballages à usage unique de 33 cL (contenance la plus fréquente sur la bière) ;
- **Pour les Boissons Rafraîchissants Sans Alcool (BRSA)**, 0,4 millions de fûts sont réemployés, en format majoritaire 30 litres, équivalents à 30 millions d'emballages à usage unique de 33 cL (contenance la plus fréquente sur les BRSA).

2.2.4.2 Emballages secondaires et tertiaires

Pour évaluer les quantités d'emballages secondaires et tertiaires réemployés par les acteurs de la restauration, la méthodologie est différente selon les groupes de produits :

- **Pour les produits hors boissons**, seules les palettes ont été quantifiées et l'hypothèse de poids moyen de produits alimentaires par palette (420 kg) a été reprise – voir pour la méthodologie la partie 1.2.2.2 ci-dessus ;
- **Pour les boissons**, les calculs ont été réalisés à partir du nombre d'emballages primaires pour un emballage secondaire et tertiaire. Le tableau ci-dessous présente, pour les bières – à titre d'exemple – le travail d'hypothèse qui a été fait avec la Fédération Nationale des Boissons (avec des compléments de l'équipe projet dès que nécessaire)³⁹.

Produits	Emballages primaires (E1)	Contenance unitaire emballage (grammes ou cL)	Emballages secondaires (E2)	Nombre d'emballages primaires pour un emballage secondaire	Emballages tertiaires (E3)	Nombre d'emballages primaires ou secondaires pour un emballage tertiaire
Bières	Boite 25	25	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Boite 25	25	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Verre perdu 25	25	Carton 24 bouteilles	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	70
Bières	Verre consigné 25	25	Aucun	0	Caisse 24 bouteilles 25 cL	24
Bières	Boite 33	33	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Boite 33	33	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Verre perdu 33	33	Carton 24 bouteilles	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	70
Bières	Verre consigné 33	33	Aucun	0	Caisse 24 bouteilles 33 cL	24
Bières	Boite 50	50	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Boite 50	50	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europe)	95
Bières	Verre perdu 50	50	Carton 12 bouteilles	12	e bois 1500 kg (modèle Europe)	108
Bières	Verre consigné 50	50	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 50 cL	12
Bières	Verre perdu 65	65	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europe)	96
Bières	Verre consigné 65	65	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 65 cL	12
Bières	Verre perdu 75	75	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europe)	96
Bières	Verre consigné 75	75	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 75 cL	12
Bières	Verre perdu 100	100	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europe)	96
Bières	Verre consigné 100	100	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 100 cL	12

Tableau 16 : Hypothèses de calcul pour les emballages secondaires des boissons (exemple des bières)

³⁹ Les données de la FNB permettent une estimation des gisements d'emballages boissons réemployables présents sur le marché de la restauration hors foyer : elles reposent sur une enquête auprès des adhérents de la FNB, avec un facteur de correction pour tenir compte de la part de marché estimée des grossistes en boissons adhérents de la FNB dans la consommation hors domicile.

Le tableau suivant présente les résultats obtenus :

	Nombre d'emballages réemployés (en milliers d'UVC)	
	Palettes	Autres emballages secondaires ou tertiaires
Boissons	5 340	30 460
Produits alimentaires hors boissons	6 160	-
TOTAL	11 500	30 460

Tableau 17 : Emballages secondaires et tertiaires réemployés par les professionnels de la restauration

Le tableau ci-dessous présente le détail pour les emballages secondaires et tertiaires des boissons.

Emballages	Matériau	Nombre d'emballages réemployés (milliers UVC)
Caisse 12 bouteilles 50 cL	Plastique rigide	60
Caisse 12 bouteilles 65 cL	Plastique rigide	70
Caisse 12 bouteilles 75 cL	Plastique rigide	238
Caisse 12 bouteilles 100 cL	Plastique rigide	9 025
Caisse 12 bouteilles 150 cL	Plastique rigide	38
Caisse 20 bouteilles 50 cL	Plastique rigide	2 730
Caisse 20 bouteilles 75 cL	Plastique rigide	201
Caisse 24 bouteilles 20 cL	Plastique rigide	1 356
Caisse 24 bouteilles 25 cL	Plastique rigide	5 250
Caisse 24 bouteilles 33 cL	Plastique rigide	11 487
Caisse 24 bouteilles 37,5 cL	Plastique rigide	1
Caisse 6 bouteilles 200 cL	Plastique rigide	0
TOTAL emballages secondaires	-	30 460

Tableau 18 : Emballages secondaires et tertiaires pour boissons réemployés (en milliers)

2.3 Gestion des déchets d'emballages de la restauration

L'état des lieux des pratiques en matière de gestion des déchets d'emballages de la restauration en France s'appuie sur deux tâches complémentaires :

- D'une part, une observation des pratiques, principalement fondée sur un questionnaire en ligne rempli par les professionnels de la restauration, ainsi que des diagnostics déchets menés par Take a waste dans des établissements de restauration ;
- D'autre part, une modélisation des pratiques, visant à compléter et affiner l'observation.

Attention : pour toute cette partie, les emballages concernés sont exclusivement les emballages à usage unique (hors réemploi donc).

2.3.1 Observation des pratiques (tri et collecte)

2.3.1.1 Méthodologie adoptée

Dans l'objectif de recueillir des données sur les pratiques de tri et prestations de collecte des déchets d'emballages dans les établissements de restauration en France, deux sources principales de données ont été mobilisées :

- Un questionnaire en ligne à destination des détenteurs (acteurs de la restauration commerciale, restauration collective et circuits de vente alternatifs) ;
- Des données propres à Take a waste, issues de diagnostics déchets réalisés – sur site ou à distance – en 2019, 2020 et 2021.

2.3.1.1.1 Questionnaire détenteurs

➤ Conception du questionnaire

Un questionnaire à destination des détenteurs de déchets de la restauration a été conçu en trois parties :

1. Données relatives à l'établissement : segment de la restauration, zone d'implantation (centre-ville, périphérie, rural, zone d'activité, centre commercial), indicateur de taille propre à son activité (nombre de repas ou de tickets) ;
2. Données concernant la typologie des déchets générés et leurs modalités de collecte ;
3. Données qualitatives concernant les leviers et freins à la mise en place du tri pour un établissement de restauration ou comprenant des activités de restauration.

Figure 38 : Questionnaire en ligne adressé aux restaurateurs

➤ Regroupement des déchets d'emballages par catégories

Les déchets d'emballages ont été regroupés de la façon suivante, afin de représenter un nombre de catégories restreintes (compatible avec le questionnaire), tout en s'assurant que tous les produits listés en partie précédente et générant des déchets puissent entrer dans ces catégories :

Emballages par matériau	Type d'emballages	Densité ⁴⁰
Cartons ondulés		
- Cartons ondulés	Secondaires	0,030 t/m ³
Emballages multi-matériaux en mélange (équivalent « bac jaune »)		
- Emballages fibreux	Primaires	0,040 t/m ³
- Briques alimentaires	Primaires	0,040 t/m ³
- Plastiques rigides	Primaires	0,040 t/m ³
- Métaux	Primaires	0,040 t/m ³
- Plastiques souples	Primaires	0,040 t/m ³
Verre		
- Verre	Primaires	0,350 t/m ³
Déchets d'activité		
- Palettes (en plastique ou en bois)	Primaires	Emballages non-éligibles au service de collecte proposé par le SPPGD
- Cagettes (en plastique ou en bois)	Primaires	
- Caisses polystyrène	Primaires	

Tableau 19 : Typologie retenue des déchets d'emballages de la restauration

Le questionnaire comporte également une catégorie « Autres » pour que le restaurateur puisse compléter avec d'autres types de déchets d'emballages. Les réponses concernaient soit des déchets bien soumis à une obligation de tri en restauration mais qui ne sont pas des emballages (biodéchets), soit des déchets qui auraient pu faire partie des catégories mentionnées dans le questionnaire (film plastique recouvrant les barquettes, barquettes en polypropylène). Un acteur a mentionné les fûts en bière en aluminium jetables, non réutilisables.

➤ Diffusion du questionnaire

Le questionnaire a été administré via les têtes de réseau (la Fédération Nationale des Boissons, le GNR, AGORES, RESTAUCO et l'UDIHR notamment), auprès des établissements des enseignes adhérentes.

Les 170 répondants au questionnaire sont aux deux tiers des établissements de la restauration collective, et pour un tiers des établissements de la restauration commerciale.

⁴⁰ Source : données Take a waste sauf pour le verre (donnée Citeo)

Segment de la restauration	Nombre de répondant
Restauration collective	103
Restauration du travail	5
Restauration scolaire	52
Restauration du secteur santé	24
Restauration du secteur social	17
Restauration des loisirs sociaux	5
Restauration commerciale	67
Débits de boissons	14
Restaurants service à table	40
Restaurants self-service	0
Restauration rapide	8
Restaurants d'hébergement	3
Restauration de transport	2
Restauration de concession	0
TOTAL	170

Tableau 20 : Profil des répondants au questionnaire selon le segment de restauration

2.3.1.1.2 Diagnostics déchets Take a waste

En complément, les données des établissements disposant d'activités de restauration et ayant fait l'objet d'un diagnostic par les équipes de Take a waste en 2019, 2020 ou 2021, soit **483 diagnostics d'établissements**, seront intégrés directement aux résultats de ce questionnaire.

Les 483 diagnostics ont été réalisés **entre janvier 2019 et juin 2021**. L'année de réalisation du diagnostic n'a pas été retenue comme un élément pouvant influencer le tri ou non des déchets d'emballages, étant entendu que le grand changement réglementaire en matière d'obligation de tri, à savoir la parution du décret 5 flux, remonte à 2016. Par ailleurs, les établissements de restauration commerciale sont restés fermés durant plusieurs mois entre mars 2020 et juin 2021. Les diagnostics effectués en 2019 sont donc très certainement encore pertinents en matière d'observation des pratiques de tri en 2021.

Les diagnostics sont réalisés soit à distance soit en présentiel selon le choix de l'établissement. Les données recueillies sont, dans les deux cas, identiques. Seules les modalités de recueil changent (Tableau 21).

Type de données recherchées	Canal de recueil de l'information		
	Questionnaire ADEME	Diagnostic à distance	Diagnostic sur site
Déchet d'emballages produit ou non par l'établissement	Déchet généré / non généré	Déchet généré / non généré	
Présence d'un tri en établissement et d'une collecte associée, par type de déchet d'emballage	Déchet trié / non trié Modalité de collecte : porte à porte / apport volontaire / logistique inverse... Nature du prestataire de collecte : privé / public	Déchet trié / non trié Matériel et qualité de la pré-collecte pour capter le déchet Matériel de stockage et de collecte Modalité de collecte : porte à porte / apport volontaire / logistique inverse... Nature du prestataire de collecte : privé / public	
Modalités de recueil de l'information	Déclaratif en ligne	Echange téléphonique avec expert Take a waste Photos Factures	Echange sur site avec expert Take a waste Photos Factures

Tableau 21 : Types de données recueillies par Take a waste et modalités de recueil de l'information

Les 483 établissements diagnostiqués ont été classés par segment de la restauration selon la nature de leur activité :

Etablissements diagnostiqués – Catégories Take a waste	Segment de la restauration	Nombre de diagnostics réalisés
Restauration collective		208
Pas d'établissements diagnostiqués	Restauration du travail	-
Pas d'établissements diagnostiqués	Restauration scolaire	-
Médecine Chirurgie Obstétrique (MCO) Soins de suite et réadaptation	Restauration du segment santé	108
EHPAD Médico-social (crèches...)	Restauration du segment social	100
Pas d'établissements diagnostiqués	Restauration des loisirs sociaux	-
Restauration commerciale		275
Pas d'établissements diagnostiqués	Débits de boisson	-
Restauration traditionnelle	Restaurants service à table	3
Pas d'établissements diagnostiqués	Restaurants self-service	-
Restauration rapide	Restauration rapide	129
Hôtels avec restaurant	Restaurants d'hébergement	143
Pas d'établissements diagnostiqués	Restauration de transport	-
Pas d'établissements diagnostiqués	Restauration de concession	-

Tableau 22 : Données Take a waste disponibles auprès des acteurs de la restauration

2.3.1.1.3 Ensemble du périmètre constituant l'échantillon pour lequel les pratiques de tri et de collecte ont été analysées

Le questionnaire et les données issues des diagnostics Take a waste permettent de fournir deux types de données nécessaires à la suite de l'étude :

- Un taux de présence de déchets d'emballages par segment de la restauration ;
- Un taux de tri et de prise en charge par modalité de collecte, par déchets d'emballages et par segment de la restauration.

Au total, les données fournies par 653 établissements ont pu être analysées, représentant pour moitié des établissements de restauration collective et pour moitié des établissements de restauration commerciale.

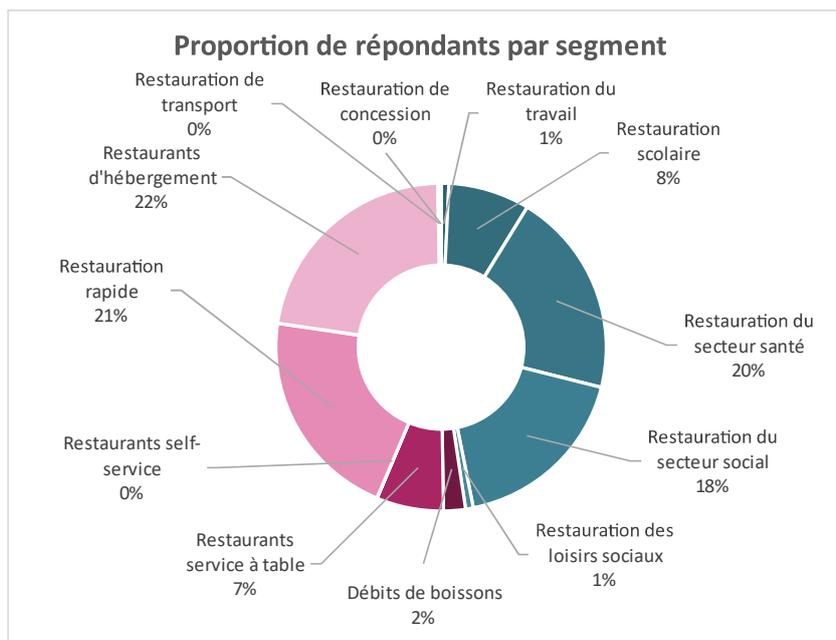
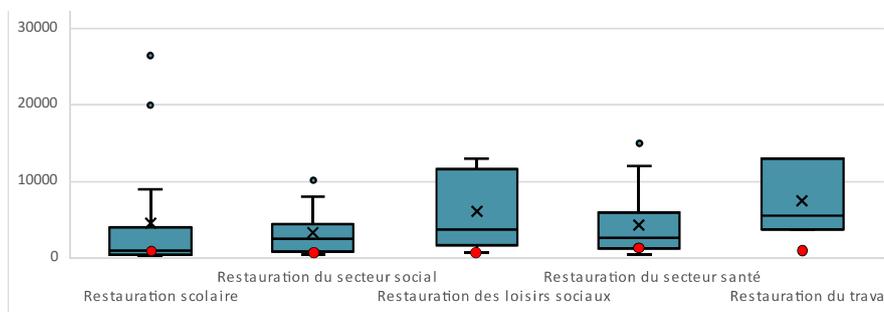


Figure 39 : Proportion de répondants par segment de la restauration, questionnaire et diagnostics Take a waste confondus

Représentativité des données

L'échantillon total analysé se compose de 653 établissements de la restauration. Il est à mettre en regard des 291 000 établissements proposant une activité de restauration en France, dont 28% une activité de restauration collective et 72% une activité de restauration commerciale.

En outre, la taille des établissements formant l'échantillon analysé varie fortement au sein d'un même segment, témoignant de la diversité des situations même pour une activité similaire.

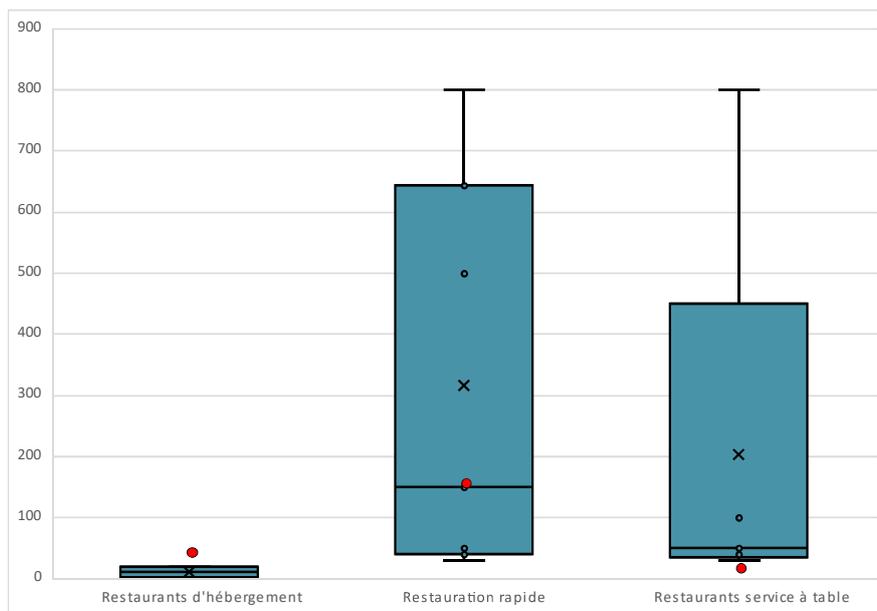


- Moyenne nationale du nombre de repas servis quotidiennement pour un segment de restauration donné (nombre de repas total divisé par nombre d'établissements en France) – Source : données GIRA
- × Moyenne du questionnaire du nombre de repas servis quotidiennement pour un segment de restauration donné (nombre de repas total divisé par nombre d'établissements ayant participé au questionnaire)

Figure 40 : Nombre de repas quotidien préparés par les établissements de la restauration collective ayant répondu à cette question du questionnaire

Par exemple le segment de la restauration scolaire regroupe aussi bien des offices de réchauffe de micro-crèches servant une dizaine de repas / jour, que des cuisines centrales préparant 60 000 repas / jour, pour plusieurs établissements scolaires d'un territoire (premier diagramme dans le graphique ci-dessus).

Il en va de même pour les établissements de la restauration commerciale, pour lesquels les moyennes prises en compte pour chaque segment cachent des réalités très différentes au sein d'un même segment.



- *Moyenne nationale du nombre de repas servis quotidiennement pour un segment de restauration donné (nombre de repas total divisé par nombre d'établissements en France)*
- X *Moyenne du questionnaire du nombre de repas servis quotidiennement pour un segment de restauration donné (nombre de repas total divisé par nombre d'établissements ayant participé au questionnaire)*

Figure 41 : Nombre de repas quotidien préparés par les établissements de la restauration commerciale ayant répondu à cette question du questionnaire

Les pratiques de tri des établissements ayant répondu au questionnaire devront donc être analysées avec la précaution nécessaire puisque la taille des établissements cache des disparités importantes et la moyenne du nombre de repas produits par les établissements ayant répondu au questionnaire est souvent supérieure à la moyenne constatée au niveau national.

2.3.1.2 Résultats par type de déchets

Les flux les mieux triés par les établissements de l'échantillon sont le carton et les palettes. A l'inverse, les cagettes et caisses polystyrènes sont rarement triées par les établissements. Le verre non consignés est relativement peu trié par les établissements de l'échantillon ; cela probablement en raison des établissements de restauration qui ont des gisements très faibles de verre (EHPAD, crèches, restauration rapide...) et qui n'ont pas mis en place de filières pour ce gisement résiduel. **Le résultat est donc à interpréter bien comme un pourcentage d'établissements effectuant un tri, et non pas comme un pourcentage de tonnage trié.** Enfin, les déchets assimilables aux emballages ménagers (hors verre et cartons) présentent un taux de tri similaire de près de 50%, ce qui est logique car ils sont souvent triés ensemble dans l'équivalent du « bac jaune ».

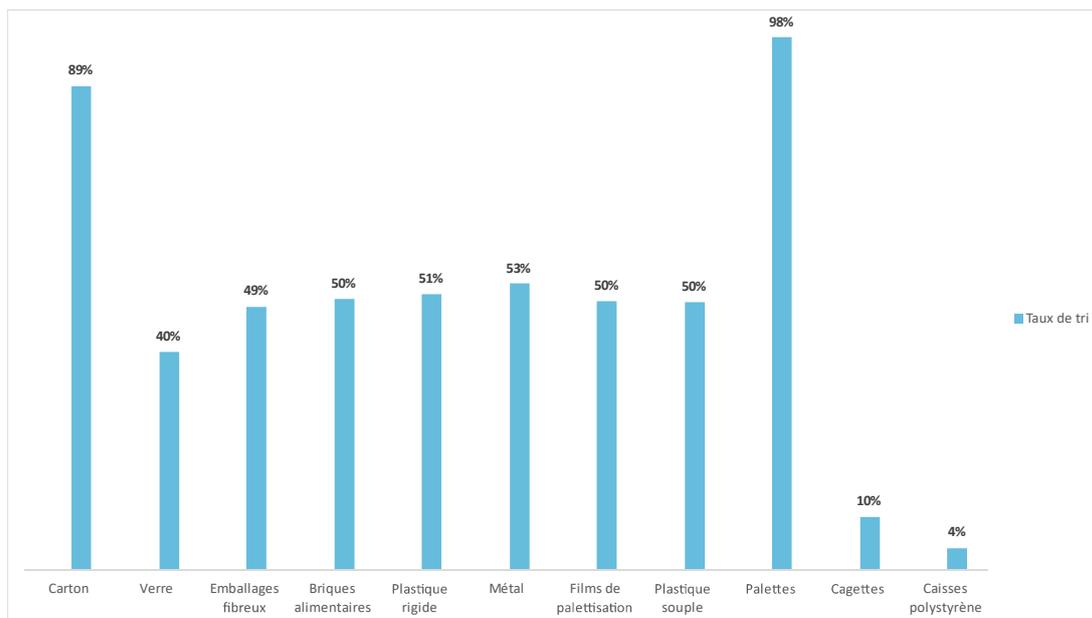


Figure 42 : Taux de tri des établissements composant l'échantillon par flux de déchets

Les établissements de restauration, tous segments confondus, lorsqu'ils font appel au secteur public de gestion des déchets pour effectuer le tri des déchets d'emballages ci-dessous, le font de la manière suivante :

- Emballages fibreux, briques alimentaires, plastiques rigides, métal et plastiques souples. Ainsi que pour les films de palettisation : tri majoritaire dans le bac jaune de collecte sélective ;
- Carton : dans une moindre mesure tri dans le bac jaune de collecte sélective ou collecte spécifique de carton en centre-ville ou apport en déchèterie ;
- Verre : apport dans les contenants mis à disposition par le SPPGD ;
- Caisses polystyrènes, quand ils sont triés, le sont majoritairement en apport à la déchèterie.

Le recours à la logistique inverse est majoritaire pour trier les palettes, les cagettes. Celle-ci est aussi utilisée pour les cartons, les caisses polystyrènes et un peu le verre.

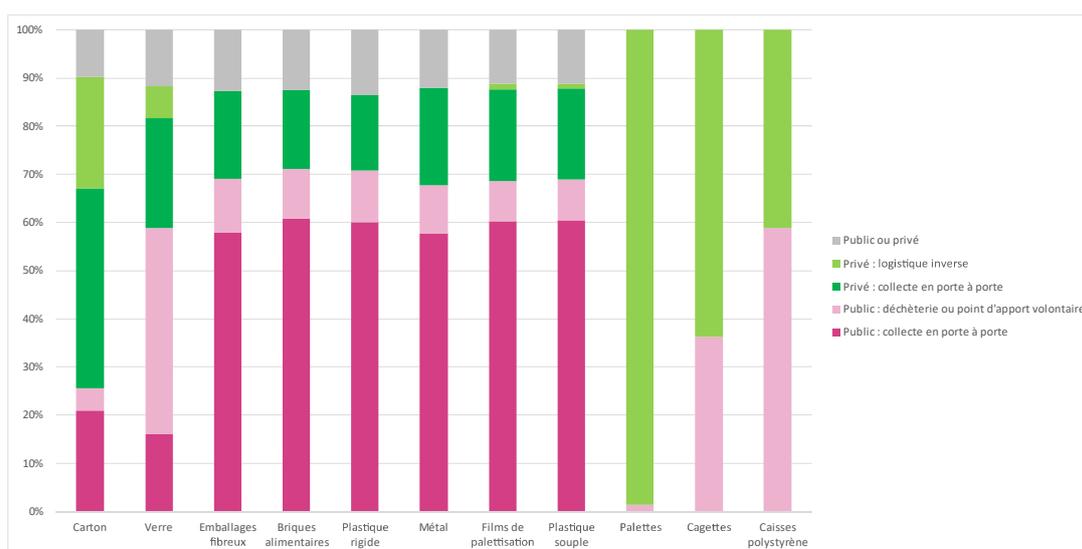


Figure 43 : Part des établissements composant l'échantillon et triant les déchets concernés, par modalité de collecte

2.3.1.3 Répartition des collectes entre SPPGD et privé par segments et types de déchets

Les graphiques ci-dessous mettent en évidence pour les différents types de déchets la répartition observée des établissements, par segments entre collecte par le SPPGD et collecté privé..

La légende commune à tous ces graphiques est la suivante :



➤ Emballages multi-matériaux collectés en mélange

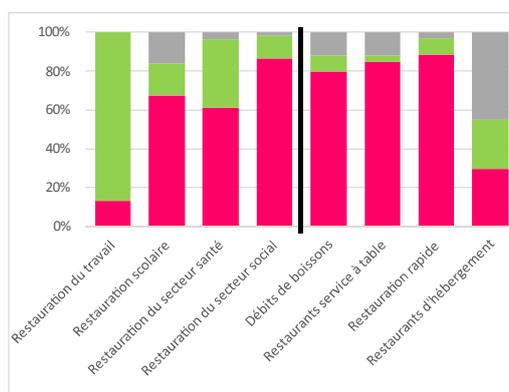


Figure 44 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les emballages assimilés aux emballages ménagers

Les collectes des déchets d'emballages assimilés à ceux des ménages sont principalement confiées au SPPGD pour les quatre segments de la restauration commerciale ayant répondu au questionnaire ou ayant fait l'objet de diagnostics par Take a waste. Excepté pour la restauration d'hébergement, qui fait plus appel à un mix public / privé, ou à des collectes 100% privées.

Pour les segments de la restauration collective, la part du secteur privé y est plus importante. Le segment de la restauration du travail est peu représentatif, car il comporte uniquement 5 répondants. Pour les autres segments de la restauration collective, le secteur privé est sollicité dans 20 à 40% des cas. En effet, les volumes de déchets produits sont plus importants et sont donc plus souvent au-dessus des seuils autorisés pour une collecte par le SPPGD.

➤ Emballages assimilés aux emballages ménagers pour les autres collectes dédiées



Cartons

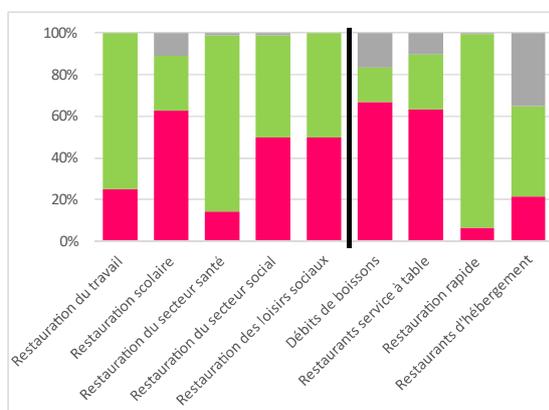


Figure 45 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les cartons

La collecte des cartons est majoritairement réalisée par des prestataires privés dans les segments de la santé, de la restauration du travail et de la restauration rapide (proche ou plus de 80% pour ces 3 segments). Pour les autres segments, les collectes sont assurées au moins à 50% par le SPPGD. A noter que les restaurants du segment hébergement font souvent appel aux deux types de prestations pour enlever leurs cartons.



Verre

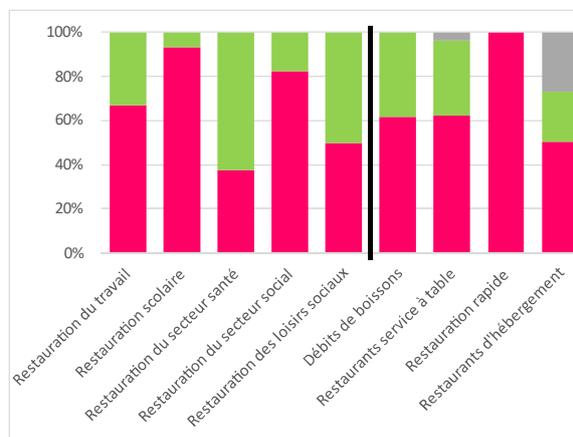


Figure 46 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les emballages en verre perdu

La collecte du verre est majoritairement réalisée par le SPPGD dans tous les segments, sauf le segment de la santé qui fait appel à plus de 60% aux prestataires privés. La collecte par le SPPGD est souvent proposée en apport volontaire dans des contenants mutualisés. Pour des raisons pratiques, certains établissements font appel aux prestataires privés pour collecter ce flux.

➤ **Autres types de déchets**



Films de palettisation

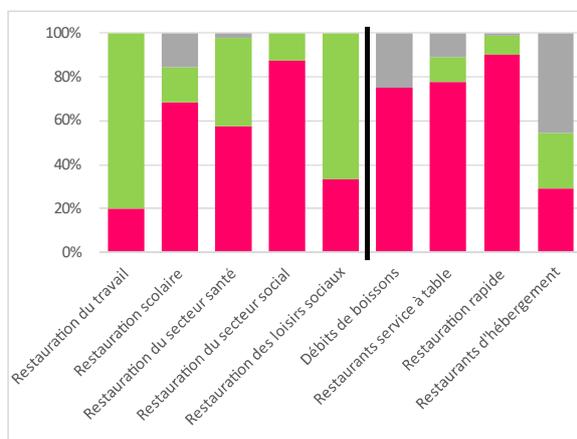


Figure 47 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les films de palettisation

Les films de palettisation, quand ils sont triés, le sont majoritairement par des prestataires privés dans les segments de la restauration collective, sauf restauration scolaire et secteur social. Pour la restauration commerciale, c'est plutôt le SPPGD qui est sollicité, malgré le caractère difficilement assimilable de ces déchets aux déchets d'emballages ménagers.



Palettes

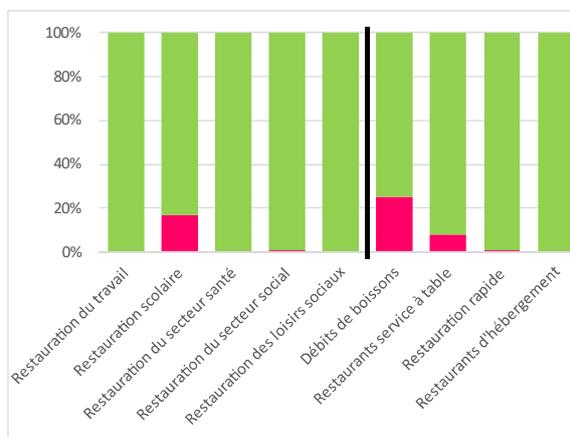


Figure 48 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les palettes

Les palettes sont majoritairement valorisées, quel que soit le segment concerné. Les collectes sont très majoritairement réalisées par le secteur privé (souvent en logistique inverse). Tous flux confondus, et donc en pondérant les segments par le nombre de répondants, 90% des établissements pratiquent la logistique inverse pour valoriser ces déchets.



Cagettes

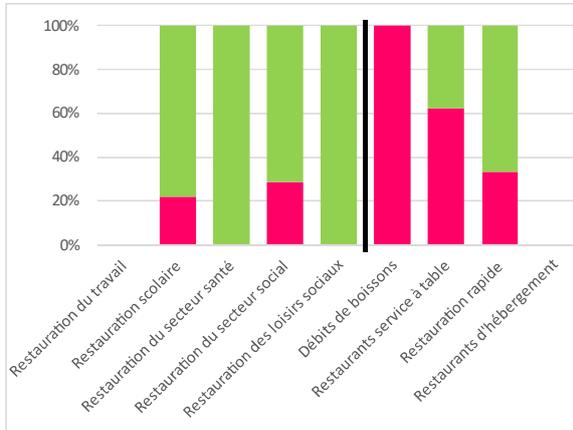


Figure 49 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les cagettes

Les filières de valorisation des cagettes sont peu développées en France. Les rares établissements ayant déclaré trier les cagettes font appel majoritairement au SPPGD pour la restauration commerciale. Il s'agit majoritairement d'apport en déchèterie. Les prestations privées constatées sur les segments de la restauration collective sont également des apports en déchèterie, mais privées cette fois-ci.



Caisses polystyrène

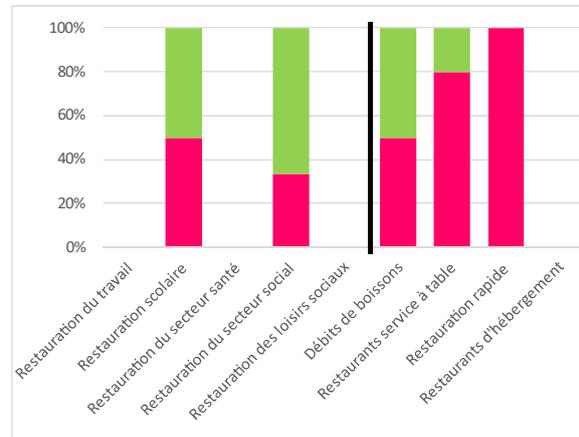


Figure 50 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les caisses polystyrène

Les rares établissements ayant déclaré trier leurs déchets de cagettes en polystyrène les font plutôt collecter par des prestataires privés. Les collectes déclarées réalisées par le SPPGD correspondent à des apports en déchèterie.

➤ Synthèse

Les observations de terrain mettent en évidence une répartition des collectes entre SPPGD et privé qui dépend à la fois des types de déchets et des segments, avec presque toujours la présence de ces deux types de collecte.

Il faut souligner que les valeurs moyennes nationales recouvrent une forte diversité d'organisation qui dépend aussi (voir paragraphe suivant pour analyse plus détaillée de ces deux points) :

- Des territoires et des choix faits par les collectivités dans la prise en compte des déchets d'activités économiques ;
- De la taille et de la typologie des établissements.

Le tableau suivant reprend les quantifications des emballages mis en marché de la partie 1.2.2 en les croisant avec les résultats des enquêtes sur les modalités de collecte par flux de déchets. Cette analyse ne permet pas de traduire la diversité des situations opérationnelles mais contribue à situer les enjeux. Les chiffres de la consommation à domicile des ménages sont mis à titre de comparaison et de mise en perspective.

Périmètre	REP Emballages ménagers				
	Emballages liés à la restauration			Restauration rapide, libre-service, loisirs	Consommation à domicile
Matériau	Emballages logistiques	Emballages spécifiques professionnels de préparation	Emballages non spécifiques (préparation et conso. sur place)		
Carton / Papier	551 kt	32 kt	100 kt	125 kt	1 012 kt
Verre	0	0	361 kt	76 kt	2 440 kt
Plastiques rigides	0	96 kt	89 kt	67 kt	788 kt
Plastiques souples	2 kt	9 kt	19 kt	9 kt	301 kt
Bois / Autres	83 kt		3 kt	3 kt	29 kt
Métaux		20 kt	26 kt	18 kt	322 kt
TOTAL	636 kt	157 kt	598 kt	298 kt	4 892 kt
Collecte	Plutôt privée*		Plutôt SPPGD*		100 % SPPGD

Tableau 23 : Répartition des tonnages d'emballages liés à la restauration par type d'emballages et tendance de répartition de la collecte entre SPPGD et privé

* Plutôt correspond à la tendance majoritaire résultant des graphiques précédents par type d'emballage et segment de restauration. Cette tendance nationale peut être peu marquée (55 %) ou plus net (jusqu'à 90 %).

2.3.2 Modélisation des pratiques (production de déchets et collecte)

2.3.2.1 Objectifs de la modélisation

L'observation des pratiques, quoique nécessaire, reste insuffisante dans la mesure où :

- Elle ne dit rien de la quantité de déchets d'emballages produite par les professionnels de la restauration, segment par segment. En effet la partie précédente a permis de répondre aux questions « quels sont les déchets d'emballages triés ? », « quels sont les matériaux des emballages utilisés puis jetés par les acteurs de la restauration ? » et « qui sont les prestataires de collecte de ces déchets d'emballages ? », mais non à la question « quelles sont les quantités de déchets d'emballages jetées ? » : pour ceci il faut exploiter les données quantitatives d'emballages mis sur le marché, telles qu'estimées au chapitre 1.2 ;
- Elle ne dit rien de la disponibilité des prestations de collecte des déchets d'emballages pour les professionnels de la restauration, en particulier les prestations de collecte publiques.

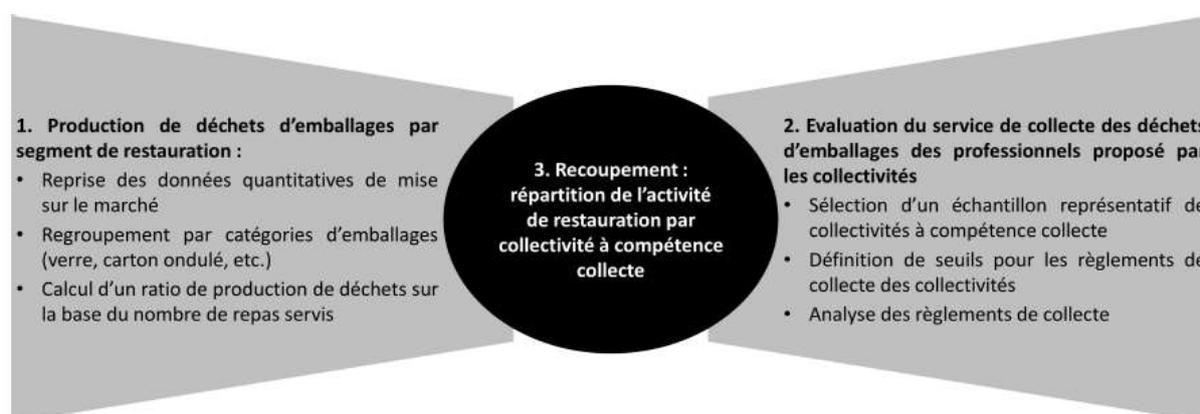


Figure 51 : Méthodologie pour la modélisation des pratiques de gestion des déchets d'emballages de la restauration

En rapprochant la production de déchets d'emballages par les professionnels de la restauration (d'une part) avec le service de collecte des déchets d'emballages des professionnels proposé par le SPPGD (d'autre part), la modélisation des pratiques permet notamment d'évaluer la part des acteurs de la restauration qui produisent plus de déchets d'emballages que le seuil du règlement de collecte.

Attention : le service de collecte tel que modélisé reste théorique, dans la mesure notamment où les règlements de collecte évoluent et ne sont jamais figés (voir également ci-dessous), et dans la mesure où la possibilité d'être collecté par le SPPGD ne signifie pas que l'établissement est nécessairement collecté par le SPPGD. Le choix du prestataire revient à l'établissement parmi les possibilités qui lui sont offertes.

2.3.2.2 Production de déchets d'emballages par segment de la restauration

2.3.2.2.1 Méthodologie adoptée

➤ Affectation du gisement d'emballages

La production de déchets par segment de la restauration est évaluée sur la base du gisement d'emballages de la partie précédente : les emballages (à usage unique) ayant une durée de vie courte, il est supposé que tous les emballages des produits emballés achetés par les professionnels de la restauration deviennent dans l'année des déchets d'emballages. Or l'évaluation de gisement s'est faite :

- Sur la base de données GIRA pour des produits dits « connus » et « extrapolés » ;
- Sur la base de recherches complémentaires pour des produits dits « inconnus ».

Cette distinction est importante à reprendre, dans la mesure où pour certains produits connus, le segment de restauration était également connu ; pour l'ensemble des autres produits en revanche, seul

le secteur de restauration (commerciale ou collective) était connu. Par exemple, les achats de boissons étaient détaillés par segment (débits de boisson, restauration service à table, restauration d'hébergement, etc.), tandis que beaucoup d'autres achats n'étaient connus que « grossièrement » pour chaque secteur de la restauration. **Par conséquent, l'affectation d'un gisement d'emballages par segment de la restauration s'est faite :**

- **Directement** pour les produits où GIRA Foodservice détenait l'information ;
- **Indirectement sinon**, sur la base du nombre de repas servis par chaque segment.

Il apparaît que sur l'ensemble du gisement, plus de la moitié est « affectable » directement sur la base des données GIRA.

➤ **Taux de présence d'emballages par segment**

Pour l'affectation indirecte sur la base du nombre de repas servis, un coefficient a été ajouté pour « corriger » l'affectation première. En effet, les entretiens réalisés et l'observation des pratiques (Tableau 24) montrent qu'à priori certains segments de restauration n'utilisent pas ou peu certains types d'emballages. Cette information a été nommée « taux de présence » du type d'emballage par segment et le tableau ci-dessous résume les taux de présence retenus :

Secteur	Segment	Bouteilles, pots ou autres emballages en plastique rigide	Films de palettisation ou autres plastiques souples	Cartonnettes ou autres emballages fibreux	Canettes, conserves, autres emballages métalliques	Briques alimentaires	Cartons bruns ondulés	Verre
Restauration collective	Restauration du travail	100%	87%	100%	89%	89%	100%	25%
Restauration collective	Restauration scolaire	100%	100%	100%	71%	71%	100%	<5%
Restauration collective	Restauration du secteur santé	99%	98%	91%	98%	98%	100%	<5%
Restauration collective	Restauration du secteur social	100%	100%	99%	100%	100%	100%	<5%
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	100%	100%	100%	100%	100%	100%	10%
Restauration collective	Autres segments	100%	100%	100%	100%	100%	100%	10%
Restauration commerciale	Débites de boissons	100%	70%	100%	100%	100%	100%	100%
Restauration commerciale	Restaurants service à table	100%	62%	100%	69%	81%	100%	100%
Restauration commerciale	Restaurants self-service	83%	87%	100%	89%	71%	100%	100%
Restauration commerciale	Restauration rapide	100%	100%	100%	100%	96%	100%	<5%
Restauration commerciale	Restaurants d'hébergement	96%	96%	96%	96%	92%	100%	100%
Restauration commerciale	Restauration de transport	100%	70%	100%	100%	50%	100%	30%
Restauration commerciale	Restauration de concession	100%	70%	100%	100%	50%	100%	30%

Tableau 24 : Taux de présence des emballages par segment de restauration⁴¹

⁴¹ Source : Entretiens fédérations et acteurs, questionnaire aux établissements de la restauration conduit dans le cadre de l'étude, expertise Take a waste

➤ Calcul d'un litrage hebdomadaire de déchets produits

A partir du gisement total d'emballages utilisés par segment de la restauration, un litrage hebdomadaire de déchets d'emballages par restauration a été calculé sur la base :

- Du nombre d'établissements de restauration par segment : chiffres issus de la première partie de l'état des lieux (et repris ci-dessous) ;
- D'un nombre de semaines d'exploitation par an et par segment : voir Tableau 25 ;
- De la part de la consommation sur place – toujours égale à 100 % sauf :
 - Pour la restauration rapide, où elle est estimée à 65 %⁴² ;
 - Pour certains segments de restauration commerciale ou collective où il existe une part de consommation à emporter : faute de données précises disponibles, la part de consommation sur place est fixée pour ces segments-là à 95 % (ceci pour ne pas laisser croire que 100 % est consommé sur place).
 -

Secteur	Segment	Etablissements proposant une activité de restauration	Semaines d'exploitation / an	Part de consommation sur place
Restauration collective	Restauration du travail	11 105	52	95%
Restauration collective	Restauration scolaire	33 285	36	100%
Restauration collective	Restauration du secteur santé	2 730	52	100%
Restauration collective	Restauration du secteur social	26 770	52	100%
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	5 505	20	95%
Restauration collective	Autres segments	2 056	52	100%
Restauration commerciale	Débits de boissons	33 000	52	100%
Restauration commerciale	Restaurants service à table	92 810	52	100%
Restauration commerciale	Restaurants self-service	805	52	95%
Restauration commerciale	Restauration rapide	33 060	52	65%
Restauration commerciale	Restaurants d'hébergement	31 705	52	100%
Restauration commerciale	Restauration de transport	7 436	52	95%
Restauration commerciale	Restauration de concession	10 680	36	95%

Tableau 25 : Données utilisées pour le calcul d'un litrage hebdomadaire de déchets d'emballages par établissement de restauration

⁴² Source : ADEME, Citeo (2021), Le gisement des emballages ménagers en France

2.3.2.2 Résultats

Le litrage hebdomadaire de déchets d’emballages produits par segments, calculé comme mentionné précédemment en divisant le gisement total d’emballages pour un segment de la restauration par le nombre d’établissements et en prenant en compte le nombre de semaines d’exploitation et la part de la consommation sur place, fait apparaître les plus gros producteurs de déchets en séparant : les emballages multi-matériaux en mélange (emballages MM), les emballages en verre et les emballages en cartons produits par segment de la restauration.

Le graphique ci-dessous présente le litrage moyen d’emballages multi-matériaux en mélange (emballages MM), d’emballages en verre et d’emballages en cartons produits par segment de la restauration. Comme mentionné précédemment, ce litrage hebdomadaire de déchets d’emballages produits par segments est calculé en divisant le gisement total d’emballages pour un segment de la restauration par le nombre d’établissements (en tenant compte du nombre de semaines d’exploitation et de la part de la consommation sur place).

Il s’agit donc d’une production moyenne de déchets par établissement, pour une taille moyenne d’établissement. A noter que les Figure 40 et Figure 41 mettent en évidence les disparités qui peuvent se cacher derrière ces notions de taille moyenne d’établissements.

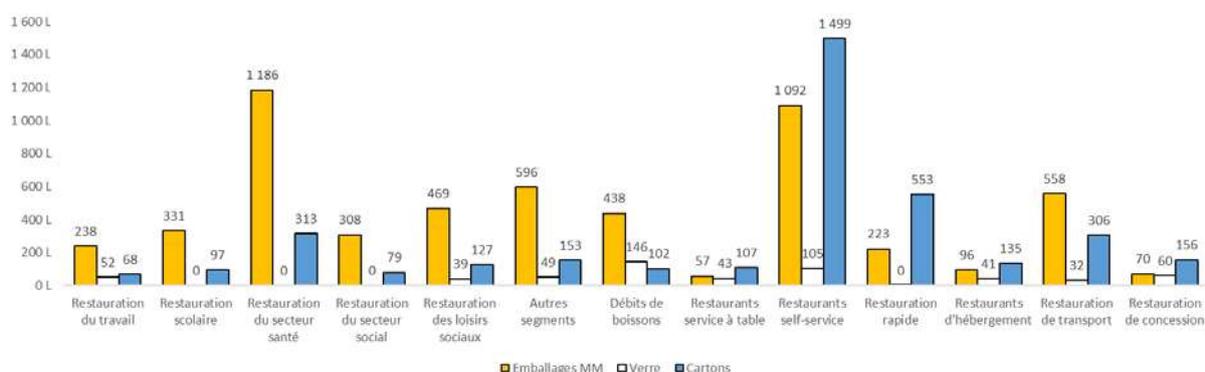


Figure 52 : Production de déchets d’emballages par segment de la restauration (en litres par établissement et par semaine)

Dans la totalité des segments de la restauration collective, la production moyenne de déchets d’emballages multi-matériaux est plus importante que la production de déchets de cartons ondulés. Pour la restauration commerciale, le volume de déchets de carton dépasse le volume de déchets d’emballages multi-matériaux pour 5 segments sur 7. La production de déchets de verre est, en moyenne, relativement faible en volume. Il s’agit en effet d’un déchet dense.

Les établissements des segments de la restauration collective produisent en moyenne plus de déchets d’emballages multi-matériaux en mélange que les établissements des segments de la restauration commerciale. Concernant le carton c’est l’inverse : les établissements des segments de la restauration commerciale en produisent plus, en moyenne, chaque semaine.

2.3.2.3 Evaluation des possibilités de collecte des déchets d'emballages offerte par le SPPGD aux professionnels

2.3.2.3.1 Méthodologie adoptée

La méthodologie retenue pour ce travail est de relever le contenu des règlements de collecte des collectivités à compétence collecte, portant sur la collecte des professionnels. Ce relevé a été réalisé :

- Directement en consultant les règlements de collecte des collectivités, lorsqu'ils étaient disponibles en ligne ;
- Indirectement en sollicitant les collectivités par e-mail ou téléphone, sinon.

➤ Sélection des collectivités analysées

Environ 1 200 collectivités ont une compétence collecte des déchets en France ; 218 collectivités ont été retenues dans le cadre de l'étude, couvrant environ 45 millions d'habitants. Ce chiffre est jugé suffisamment significatif pour établir des résultats robustes.

➤ Définition de seuils pour les règlements de collecte

Pour chaque collectivité, **et uniquement pour les collectes en porte à porte**, un seuil 1 et un seuil 2 sont définis afin de déterminer :

- **Seuil 1** : le volume de déchets hebdomadaire pouvant être collecté moyennant le paiement de la Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères (TEOM) ;
- **Seuil 2** : le volume de déchets hebdomadaires au-delà du seuil 1 pouvant être collecté moyennant une redevance spéciale (RS).

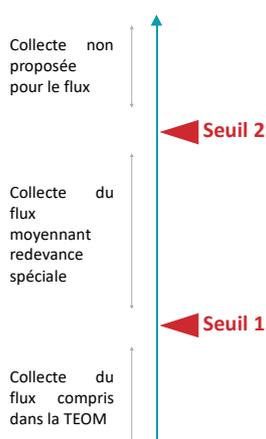


Figure 53 : Schématisation du fonctionnement par seuils de collecte des collectivités

Les cas de figure suivants permettent de vérifier que les situations les plus fréquemment rencontrées sont bien prises en compte grâce à cette modélisation par seuils :

Cas de figure	Seuil 1	Seuil 2
1 La collectivité collecte les professionnels jusqu'à 1100 litres via la TEOM et via une RS au-delà, sans limite	1 100 litres	Volume non plafonné
2 La collectivité collecte les professionnels jusqu'à 1100 litres via la TEOM et via une RS jusqu'à 10 000 litres. Ne collecte pas les professionnels au-delà	1 100 litres	10 000 litres
3 La collectivité ne collecte pas les professionnels	0	Pas de RS
4 La collectivité collecte tous les professionnels, sans conditions	0	Volume non plafonné
	Volume non plafonné	Pas de RS

Tableau 26 : Cas de figures fréquemment rencontrés concernant la collecte des professionnels par le SPPGD, et modélisation selon les seuils 1 et 2

Pour les besoins de l'étude, seul un échantillon sera qualifié précisément selon les seuils 1 et 2 pour les déchets suivants collectés par les collectivités :

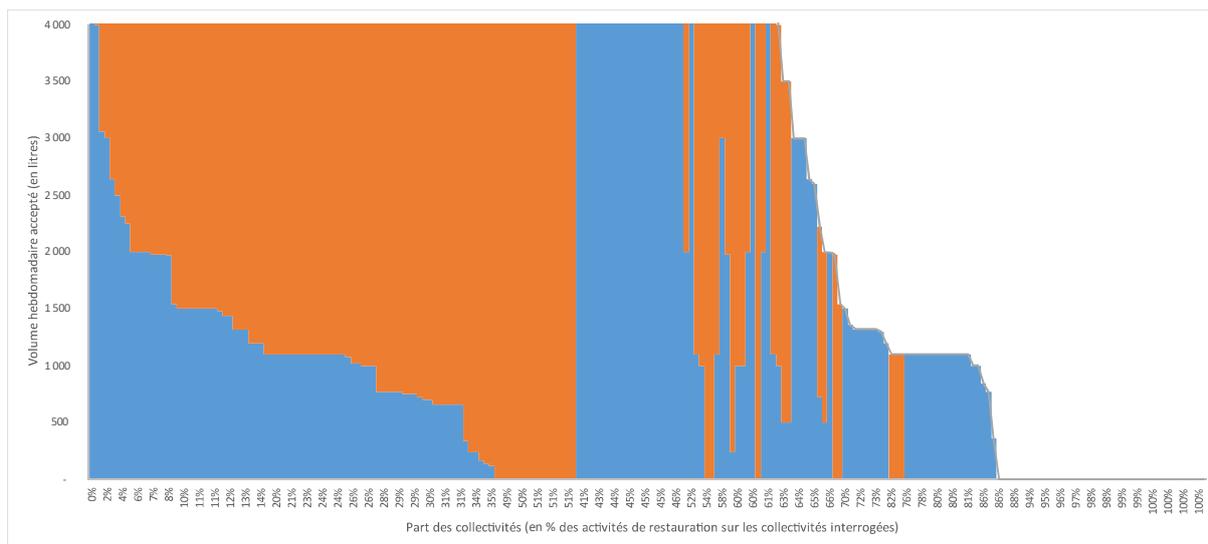
- Cartons ondulés / bruns ;
- Emballages assimilés aux emballages ménagers ;
- Verre.

2.3.2.3 Résultats

➤ Emballages multi-matériaux collectés en mélange

Parmi les 218 collectivités interrogées, plus de la moitié (116) propose des collectes non plafonnées aux professionnels, que celles-ci soient financées par une redevance spéciale (dans 95 cas) ou une TEOM (dans 21 cas). Pour rappel, cet état des lieux des règlements de collecte est une photographie « à date » qui ne présage pas des évolutions ultérieures possibles de ces règlements de collecte.

95 cas : pas de plafond de redevance spéciale	21 cas : pas de plafond de TEOM	19 cas : TEOM et/ou redevance spéciale plafonné, avec somme > 4 000 litres hebdomadaire	42 cas : TEOM et/ou redevance spéciale plafonné, avec somme < 4 000 litres hebdomadaire	41 cas : aucune collecte des DAE par le SPPGD
---	---------------------------------	---	---	---



Légende

- Collecte assurée par le SPPGD en contrepartie du versement de la TEOM, dans la limite du seuil indiqué
- Collecte assurée par le SPPGD en contrepartie du versement d'une Redevance Spéciale (RS), dans la limite du seuil indiqué

Figure 54 : Seuils de collecte, en litre, des déchets d'emballages assimilés aux emballages ménagers pour les professionnels, par collectivité

Les restaurants collectifs du secteur santé, qui génèrent en moyenne près de 3 500 litres de déchets d'emballages assimilés à ceux des ménages, pourraient faire appel, pour 63 % d'entre eux (pourcentage exprimé en nombre d'établissements), au SPPGD pour collecter leurs déchets, puisque les règlements de collecte de ces collectivités les y autorise.

Ce ratio est porté à 86 % pour les restaurants collectifs du travail, qui ont une production moyenne de l'ordre de 750 litres de déchets d'emballages assimilés à ceux des ménages par semaine.

Les restaurants self-service, avec une moyenne de près de 1 600 litres de déchets d'emballages assimilés à ceux des ménages par semaine, pourraient faire appel, pour 70 % d'entre eux, à leur collectivité pour collecter ce flux.

Les restaurants service à table seraient, quant à eux, 86 % à pouvoir recourir au SPPGD pour collecter leurs déchets d'emballages assimilés à ceux des ménages.

Cet exercice de quantification des gisements pouvant être collectés par le SPPGD est limité par :

- Les seuils de collecte qui, quand ils sont utilisés par les collectivités (61 collectivités concernées sur 218, soit 28 % des cas), valent pour l'ensemble des flux de déchets, résiduels et valorisables confondus ;
- La disparité des volumes de déchets générés par les établissements au sein d'un même segment ;
- Les dérogations aux seuils fixés dans les règlements de collecte pouvant être accordés aux établissements administratifs ou aux commerces de bouche ;
- Le souhait d'un établissement de faire appel ou pas au SPPGD pour la collecte de ses déchets, indépendamment de la possibilité qu'il a d'y faire appel, en raison par exemple de fréquences de collecte insuffisantes.

➤ Cartons

Seules 12 collectivités parmi celles échantillonnées proposent un service de collecte des cartons en porte-à-porte aux professionnels, en plus de la collecte des emballages en multi-matériaux. Ces collectivités couvrent environ 10% des activités de restauration.

Les restaurants, quel que soit le segment de la restauration, produisent, en moyenne, moins de carton que la limite fixée par les seuils du SPPGD (excepté quelques cas pour les restaurants self-service). Lorsque

la collectivité propose une collecte en porte-à-porte, alors les restaurants peuvent généralement en bénéficier.

En complément du service en porte à porte il faut noter :

- La mise à disposition par la collectivité d'une collecte des déchets cartons en point d'apport volontaire par le SPPGD, à destination des professionnels, ou à destination des ménages mais utilisés par les professionnels ;
- La mise à disposition par la collectivité d'une collecte des déchets cartons en déchetterie, à usage des professionnels, ou à usage des particuliers mais utilisé par les professionnels.

➤ Verre

Les collectivités sont peu nombreuses (11 collectivités sur les 218 analysées) à proposer des collectes des déchets d'emballages en verre et en porte à porte pour les professionnels. Elles regroupent toutefois plus de 13% des activités de restauration, il s'agit en effet pour la plupart d'agglomérations, donc concentrant plus d'activités de restauration collectives ou commerciales que des territoires ruraux.

Les restaurants, quel que soit le segment de la restauration, produisent, en moyenne, moins de verre que la limite fixée par les seuils du SPPGD. Lorsque la collectivité propose une collecte en porte-à-porte, alors les restaurants peuvent en moyenne toujours en bénéficier.

3 Phase 2 : Leviers d'amélioration et points d'attention

L'étude menée devait permettre l'identification, sur la base des résultats de la phase 1, des « points d'attention et facteurs de réussite pour la mise en place de la future REP ».

Le présent chapitre inclut donc deux parties :

- Une première présentant les leviers d'amélioration de la performance ;
- Une deuxième détaillant les points d'attention pour la mise en place de la REP.

3.1 Leviers d'amélioration

Nous détaillons dans ce paragraphe les leviers opérationnels d'amélioration des performances. Ces leviers d'amélioration « opérationnels » doivent permettre de contribuer à l'atteinte des objectifs fixés par les réglementations françaises et européennes auxquels les emballages de la restauration doivent contribuer.

Quatre grands axes d'amélioration des performances ont été analysés :

- Le développement du réemploi des emballages ;
- La réduction à la source des emballages (hors réemploi) ;
- Le développement de la collecte, du tri et du recyclage ;
- La recyclabilité des emballages ainsi que l'intégration de matière recyclée.

3.1.1 Description de l'approche méthodologique suivie

Pour la réalisation de cette partie, les étapes suivantes ont été menées :

- **Identification des leviers d'amélioration des performances** sur la base des entretiens conduits en phase 1, puis, sur cette même base, ajout des informations suivantes :
 - Thématique (réemploi, réduction à la source hors réemploi, etc.) ;
 - Catégories d'emballages concernées (primaire, secondaire, tertiaire) ;
 - Acteurs de la restauration concernés (par exemple : restauration collective) ;
 - Emballages concernés (illustration par des cas précis s'ils ont été mentionnés) ;
- **Évaluation du niveau de difficulté de mise en œuvre du levier et de son effet sur les performances.** Pour cette dernière étape les règles décrites dans le tableau ci-dessous ont été suivies. Cette évaluation a été réalisée par l'équipe projet sur la base des informations recueillies lors des entretiens menés en phase 1 et de sa propre expertise.

Évaluation de la faisabilité de mise en œuvre du levier	Forte	L'action s'appuie sur des dispositifs existants et établis ou nécessite peu de changements
	Moyen	Des barrières (réglementaires, organisationnelles, économiques) existent
	Faible	L'action demande des changements organisationnels significatifs et des moyens importants (notamment financiers)
Évaluation de l'effet sur les performances du levier	Fort	L'action concerne un nombre significatif d'emballages et son effet est réputé être efficace
	Moyen	L'action concerne une partie limitée d'emballages ou son effet est réputé être limité
	Faible	L'action concerne une petite partie d'emballages ou son effet est réputé être très limité

Lorsque les entretiens réalisés ou les études disponibles par ailleurs n'ont pas permis d'identifier d'élément sur l'effet sur les performances d'un levier, la catégorie « moyen » est utilisée en précisant que l'effet est « à préciser ».

Le format de tableau suivant est utilisé pour consigner l'ensemble des informations recueillies.

Thématique	Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires

L'ensemble des informations décrites dans les tableaux est issu des entretiens menés dans le cadre de l'étude, des commentaires reçus et complétés par des informations disponibles par ailleurs (autres études par exemple).

3.1.2 Le développement du réemploi des emballages

3.1.2.1 Leviers d'actions

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
1. Standardiser les emballages tertiaires pour favoriser le réemploi	Emballages tertiaires	Tous	Développer des emballages logistiques réutilisables et standardisés par secteur d'activité afin de favoriser la dynamique observée sur le réemploi	Par exemple : - caisses en plastique pour les fruits / légumes - housses réutilisables pour la palettisation	Fort	Concerne tous les emballages logistiques	Moyenne	Certains emballages logistiques réemployables existent. Demande une réorganisation importante de certains circuits
2. Standardiser les emballages primaires de la restauration collective pour favoriser le réemploi	Emballages primaires	Restauration collective	Développer des emballages primaires standards réutilisables pour les activités de restauration collective. Voir programme RECOLIM.	Par exemple : - bacs inox en remplacement des barquettes plastiques thermoformées	Fort	Concerne toute la restauration collective	Moyenne	Les emballages existent déjà. Toutefois cela demande une réorganisation importante, l'alignement de nombreuses parties prenantes, le développement de solutions répondant aux exigences réglementaires et des investissements significatifs
3. Standardiser certains emballages primaires pour l'ensemble de la restauration pour favoriser le réemploi	Emballages primaires	Tous	Développer des emballages standardisés pour le conditionnement des produits alimentaires	Par exemple : - seaux et bidons pour les gros volumes (ex : moutarde, crème fraîche, glace)	Moyen	Concerne les emballages de gros volumes et certaines catégories de produits uniquement.	Faible	La tendance n'est pas à la standardisation (développement de nombreux formats)
4. Développer les infrastructures de lavage	Tous les emballages	Tous	Développer les infrastructures de lavage sur l'ensemble du territoire (maillage national optimisé d'un point de vue économique et environnemental) et normaliser les pratiques de lavages pour répondre aux contraintes sanitaires et économiques et	Tous les emballages, primaires, secondaires et tertiaires	Moyen	Cette action est nécessaire au déploiement des trois premiers leviers sans être suffisante	Faible	Nécessite l'établissement d'une vision globale coordonnée et une mise en commun de moyens. Les investissements peuvent être importants (achat d'emballages réutilisables, logistique couteuse). Les

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
			garantir une même qualité entre les sites.					fournisseurs ne sont pas spontanément favorables à ces solutions.
5. Favoriser les circuits de proximité couplés à du réemploi	Emballages primaires	Tous	Favoriser le développement de circuits courts de production / distribution / consommation de biens alimentaires, ces derniers se prêtant bien au réemploi (boucle courte et avantageuse d'un point de vue environnemental, relation entre producteur et consommateur)	Tous les emballages primaires réemployables	Moyen	Action favorisant naturellement le réemploi par la proximité créée entre producteur et restaurateur mais ne pouvant toucher tout le marché	Faible	Nécessite un changement profond de certains modes d'approvisionnement pour certains secteurs d'activités, en particulier ceux qui s'appuient sur une production industrielle et une distribution nationale
6. Renforcer / systématiser le réemploi des emballages boissons	Emballages primaires	Tous les acteurs avec restauration sur place	Exploiter la totalité du potentiel de réemploi des emballages pour les boissons en s'appuyant sur les circuits existants et en en développant de nouveaux.	Par exemple : - bouteilles en verre (passage du verre perdu au verre consigné) - fûts de bière en métal - R&D sur les bags in box	Fort	Potentiel de développement encore important	Faible	Même s'il est possible de s'appuyer sur des dispositifs existants des difficultés importantes subsistent, notamment organisationnelles. La mise en place de ce levier entraînerait des changements majeurs chez les fournisseurs qui ne pratiquent pas aujourd'hui le réemploi.
7. Développer la reprise pour réemploi des emballages des produits d'entretien pour la restauration collective	Emballages primaires	Restauration collective	Inclure dans les cahiers des charges de la restauration collective la reprise des emballages des produits d'entretien et s'assurer de la mise en place effective de ces démarches	Non défini	Faible	Limité aux produits d'entretien	Faible	Pas de circuits existants aujourd'hui. Les solutions d'emballages réemployables pour ces produits ne sont pas connues et des changements majeurs pour les industriels qui ne pratiquent pas aujourd'hui le réemploi sont nécessaires

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
8. Développer le réemploi à d'autres emballages que les boissons	Tous les emballages	Tous	La logistique inverse est déjà développée pour certains emballages comme les boissons, pour le verre consigné mais aussi pour le verre perdu. L'élargissement de ce dispositif à d'autres emballages serait possible, même si les contraintes sont importantes (opérationnelles et réglementaires)	Non défini	Moyen	Potentiel de développement sans doute plus limité que celui du segment des boissons	Faible	Contraintes opérationnelles et réglementaires importantes. L'impact financier et les bénéfices environnementaux sont à étudier, notamment dans les cas où les achats sont faits en circuit court.

Davantage de détail est fourni dans les paragraphes suivants.

3.1.2.2 Détail des actions concernant le réemploi

Les leviers suivants sont les plus fréquemment cités par les acteurs interrogés⁴³ pour assurer un développement du réemploi des emballages de la restauration en France :

- **Standardisation des emballages (moins de tailles différentes d'emballages pour un même produit).** Les acteurs interrogés ont signalé que la tendance n'est pas à la standardisation des emballages primaires : il y a même de plus en plus de formats différents, en particulier du fait de l'apparition d'emballages plus petits. Inversement, pour les emballages de transport (emballages tertiaires principalement comme par exemple les caisses plastiques) il y a déjà une harmonisation importante des emballages réemployés (qui sont tous des multiples de palettes), alors que les formats des emballages « jetables » ne sont pas harmonisés (par exemple les caisses polystyrène et les cartons ont tous des formats très divers) ;
- **Présence importante d'infrastructures de nettoyage :** le développement du réemploi des emballages dans le secteur de la restauration nécessite un maillage du territoire français important en centres de lavage. Cet élément est jugé essentiel par les acteurs interrogés pour répondre aux contraintes sanitaires tout en limitant les impacts économiques ;
- **Développement des circuits de proximité :** l'intérêt du réemploi est démontré pour les circuits impliquant de faibles distances de transport, notamment pour les emballages en verre⁴⁴. Dans ce cas spécifique, les distances de transport entre le conditionneur et le lieu de distribution, entre le lieu de distribution et le lieu de lavage influencent de manière significative les performances des dispositifs, notamment d'un point de vue environnementale. La pertinence d'un tel modèle n'est toutefois pas exclue pour certains circuits nationaux comme c'est le cas pour le réemploi des fûts de bières.
- **Développement de la logistique inverse :** en soutien aux activités de réemploi, développer la logistique inverse apparaît comme indispensable pour assurer l'équilibre économique de ces dispositifs même si :
 - D'une part les contraintes peuvent être importantes (opérationnelles et réglementaires). Ce point est également développé dans la section dédiée à la collecte des emballages ;
 - D'autre part un état des lieux des capacités effectives de transport, aujourd'hui non utilisée, permettrait de confirmer ou non le potentiel de développement de cette pratique.

En complément des leviers identifiés, les éléments ci-après ont été signalés comme étant importants.

En premier lieu, **les contraintes sanitaires doivent absolument être prises en compte.** En effet, la sécurité alimentaire reste une priorité absolue et les contraintes associées sont citées par tous les professionnels comme un frein important au réemploi. Les emballages jetables ont permis de s'affranchir d'un certain nombre de contraintes sanitaires qui sont non négligeables pour les restaurateurs.

L'impact économique du réemploi a également été cité comme un point d'attention. Ainsi, pour certains produits et segments de marché, la crainte que le réemploi puisse entraîner une hausse trop importante du coût de l'emballage par rapport au coût total du produit est forte : « *les fruits se vendent à 15 centimes l'unité, donc passer du bois ou carton jetable au plastique réutilisable impliquerait de multiplier quasiment le prix par deux* ». Le réemploi suppose des discussions tripartites entre les clients et les fournisseurs, à l'image de ce qui est fait pour le commerce équitable où les clients sont prêts à payer davantage : « *Le coût des emballages réutilisables ne doit pas reposer seulement sur le producteur : c'est toute la chaîne qui doit se mobiliser* ».

Enfin les **contraintes organisationnelles et opérationnelles** par exemple liées aux poids des emballages réemployables (par exemple en acier) ou au taux de casse (emballages en verre) peuvent être importantes.

⁴³ Voir en annexe la liste complète des acteurs interrogés dans le cadre de l'étude.

⁴⁴ Source : Analyse de 10 dispositifs de réemploi-réutilisation d'emballages ménagers en verre, Ademe

3.1.2.3 Emballages de la restauration susceptibles d'être réemployés

Le tableau ci-dessous présente les emballages de la restauration aujourd'hui à usage unique et qui pourraient être réemployés :

Types d'emballages	Potentiels de réemploi identifiés
Emballages primaires	<ul style="list-style-type: none"> • Bouteilles en verre perdu : il n'y a pas d'obstacle purement technique à ce que les bouteilles aujourd'hui en verre perdu soient demain en verre consigné pour le réemploi. A noter toutefois que les appellations contrôlées ou dépôts de design de bouteille, ainsi que les imports de produits constituent des obstacles à la standardisation. L'intérêt environnemental d'un passage de l'un à l'autre doit par ailleurs être mieux étudié pour préciser les conditions assurant la pertinence du réemploi. • Emballages de boisson hors verre : des études (stage R&D) sont menées pour le réemploi de certains emballages de boisson comme les BIB. De même, on peut noter que le réemploi des bouteilles en plastique rigide est développé en Allemagne mais qu'il ne l'est pas en France (A noter qu'un tel dispositif engendre des enjeux sanitaires à maîtriser). • Fûts de bière en métal (vs plastique) : la part de marché des fûts de bière en plastique à usage unique augmente⁴⁵, alors que les fûts réemployables en métal sont une alternative largement maîtrisée. • Seaux en plastique (moutarde, crème fraîche, glace, etc.) : les emballages de grand format facilement empilables, qui de surcroît sont déjà en partie réutilisés aujourd'hui (exemple du seau de crème fraîche pour différents usages), sont de « bons candidats » à un futur réemploi. A titre d'exemple, on peut indiquer que l'entreprise Metro a noué un partenariat avec Loop pour identifier les emballages qui pourraient être réemployés et que le seau de moutarde fait partie des emballages retenus en première approche. • Emballages des produits d'entretien : aujourd'hui une reprise des emballages en fin de vie⁴⁶ est prévue dans certains cahiers des charges de la restauration collective publique. La mise en œuvre effective de ces dispositions pourtant prévues par les fournisseurs dans leurs réponses à appel d'offres s'avère toutefois complexe et quasi inexistante⁴⁷. Son potentiel reste cependant à approfondir, notamment car y a moins de contraintes sanitaires pour les produits d'entretien que pour les produits alimentaires.
Emballages secondaires et tertiaires	<ul style="list-style-type: none"> • Cagettes bois : des travaux d'éco-conception pourrait être menée pour développer des emballages bois réutilisables. Par ailleurs, certains acteurs considèrent que les cagettes en bois pourraient être remplacées par des caisses réemployables (en plastique rigide ou autres matériaux y compris le bois), mais il conviendrait d'analyser les impacts environnementaux respectifs des deux solutions, de la production à la fin de vie, pour confirmer laquelle est la plus adaptée en fonction des usages. • Caisses en polystyrène (pour le poisson notamment) : des caisses plastiques réemployables pourraient être envisagées. • Housses (ou « coiffes ») de palettisation : des housses réemployables pourraient venir en substitution des housses jetables, voire des films de palettisation.
Emballages vides	<ul style="list-style-type: none"> • Barquettes plastiques thermoformées : aujourd'hui beaucoup de cuisines centrales utilisent des barquettes plastiques thermoscellées, réchauffées

⁴⁵ Source : entretien avec la FNB et Brasseurs de France

⁴⁶ Une incertitude subsiste sur le fait qu'il s'agisse d'une reprise pour réemploi ou pour recyclage.

⁴⁷ Source : entretien avec Restau'Co

Types d'emballages	Potentiels de réemploi identifiés
	<p>dans des offices et utilisées directement pour le service⁴⁸. Une alternative est le « bac gastro » inox réemployable. Des bacs en polycarbonate pour les préparations froides existent également. A noter que le book RECOLIM intègrera différents contenants réemployables qui pourront être utilisés pour en illustrer le potentiel de développement⁴⁹.</p> <p>Un point d'attention sur les volumes et les aspects économiques a toutefois été mentionné : pour 100 personnes en portage, le besoin a été évalué à 300 à 400 contenants nécessaires (pour prendre en compte les contenants en cours de rotation). En multipliant par 3 ou 4 tailles différentes, cela représente finalement 900 à 1600 contenants. Le temps passé à la logistique de nettoyage a été évaluée à ½ équivalent temps plein, toujours pour 100 personnes en portage, et l'investissement nécessaire de l'ordre de 16 000 € pour l'ensemble du matériel (contenants et matériel de nettoyage)⁵⁰. Ces coûts sont à mettre en balance des économies réalisées sur l'achat des emballages à usage unique. Ces constats sont également valables pour la restauration traditionnelle.</p>

⁴⁸ Le plastique jetable est préféré aujourd'hui pour de nombreuses raisons : il ne garde pas la chaleur extérieurement et évite donc que les enfants se brûlent ; il est plus léger, plus facile à porter ; il permet une meilleure traçabilité (inversement il est difficile de mettre une étiquette sur un bac inox) ; enfin le thermoscellage permet une meilleure conservation que les bacs inox avec couvercle.

⁴⁹ Programme de REmploi des COntenants alimentaires pour anticiper la loi EgalIM dans les cantines scolaires franciliennes (RECOLIM) : <https://fr.calameo.com/read/005718013589daea5ae04>

⁵⁰ Source : entretien avec AGORES

3.1.2.4 Synthèse

Le tableau ci-dessous permet de **représenter sous la forme de matrice** les huit leviers d'actions concernant le réemploi.

		Impact du levier		
		Faible	Moyen	Fort
Facilité de mise en œuvre	Faible	- Développer la reprise pour réemploi des emballages des produits d'entretien pour la restauration collective	- Standardiser les emballages primaires pour l'ensemble de la restauration pour favoriser le réemploi - Développer les infrastructures de lavage - Favoriser les circuits de proximité couplés à du réemploi - Développer le réemploi à d'autres emballages que les boissons	- Renforcer/systématiser le réemploi des emballages boissons
	Moyenne			- Standardiser les emballages tertiaires pour favoriser le réemploi - Standardiser les emballages primaires pour la restauration collective pour favoriser le réemploi
	Forte			

3.1.3 La réduction à la source hors réemploi

3.1.3.1 Leviers d'actions

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
9. Favoriser l'allègement des emballages	Emballages primaires	Tous	Promouvoir et favoriser la réduction du poids des emballages en s'assurant que les fonctionnalités (sécurité alimentaire / production du produit) ne soient pas dégradées	Tous les emballages primaires	Moyen	Les pratiques d'allègement des emballages ont atteint une limite	Moyenne	Difficultés d'aller au-delà de l'allègement déjà réalisé sans dégrader les aspects techniques ; par exemple, il est important de toujours s'assurer que l'allègement n'induit pas de conséquences négatives sur la recyclabilité
10. Accélérer la réduction du suremballage	Tous les emballages	Tous	Renforcer les initiatives de suppression des emballages inutiles (y compris en anticipation de la réglementation)	Par exemple : - Suppression des emballages de service en restauration rapide (objectif réglementaire loi AGEC : janvier 2023) - Suppression de certains emballages pour les produits frais (ex : pour les yaourts, service en coupelle vs en pot)	Non déterminé	Les volumes en sont à estimer, y compris sur les segments visés par la réglementation	Moyenne	En dehors des emballages ciblés par la réglementation (restauration rapide en salle, produits frais) les barrières existantes subsistent (difficultés organisationnelles et enjeux économiques)
11. Privilégier l'utilisation de grands formats à chaque fois que c'est pertinent	Emballages primaires	Tous	Limiter l'utilisation des plus petits formats et favoriser l'utilisation des grandes portions	Par exemple : - Utilisation de grandes portions à la place de formats 250/500 grammes.	Non déterminé	Volumes en jeu à analyser	Forte	Mise en œuvre aisée sur les plus petits formats, notamment en remplacement des lots. Attention au gaspillage alimentaire et/ou à la surconsommation (portions trop importantes pour une

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
12. Favoriser l'utilisation par les clients de leurs propres contenants	Emballages primaires	Tous les acteurs avec restauration à emporter	Permettre et favoriser l'apport et l'utilisation par les clients de leurs propres contenants	<p>Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suppression / limitation des gobelets et barquettes en plastique par l'acceptation des gourdes / boîtes alimentaires réutilisables - Systèmes d'eau filtrée en remplacement des bouteilles 	Non déterminé	Volumes en jeu à analyser	Moyenne	<p>consommation individuelle par exemple)</p> <p>Les enjeux sanitaires peuvent complexifier certaines initiatives. A noter que la loi AGEC lève la responsabilité du professionnel (affichage que sa responsabilité ne pourrait être engagée si le client apporte son contenant).</p>
13. Limiter les pertes de matières lors des opérations de conditionnement par le restaurateur	Emballages primaires et emballages vides	Tous les acteurs avec restauration à emporter, liaisons entre cuisine centrales et satellites	<p>Limiter les pertes de matières lors des opérations d'emballage par le restaurateur</p>	<p>Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les chutes de films servant à sceller les barquettes thermoformées : le squelette de film de thermo-soudage représente entre 40 et 45 % du film initial. Certaines machines permettent d'utiliser 100 % du film pour sceller les barquettes sans déchet. 	Non déterminé	Volumes en jeu à analyser	Moyenne	<p>Des machines / bonnes pratiques existent déjà. Mais la modification du parc peu demander des investissements importants</p>

Davantage de détail est fourni dans les paragraphes suivants.

3.1.3.2 Détail des actions concernant la réduction à la source hors réemploi

Les actions suivantes qui doivent permettre de réduire à la source les volumes (en nombre ou en masse) des emballages utilisés dans la restauration ont été discutées avec les acteurs interrogés :

- **L'allègement des emballages.** La plupart des acteurs interrogés sont d'avis que **ces pratiques ont atteint une limite**. Ils pointent le risque d'un allègement complémentaire qui serait contre-productif :
 - Tout d'abord, il a été rappelé que des pratiques de réduction d'emballages sont mises en place depuis longtemps et pas uniquement pour des raisons environnementales (mais aussi pour réaliser des économies) ;
 - Ensuite, l'allègement peut se faire au détriment de la résistance des emballages : ainsi des grossistes constatent que les taux de pertes du fait de la casse d'emballages augmentent pour certains produits comme les yaourts ou la viande. Il est donc possible d'optimiser le poids des emballages mais ces derniers doivent rester suffisamment solides : il n'est par exemple pas concevable que les sacs de farine de 10 kg puissent craquer ;
 - Enfin, il y a un juste équilibre à trouver entre emballage et sécurité sanitaire. A titre d'exemple, il y a 50 ans, le lait était distribué dans des bouteilles en verre transparent recyclables et réemployables mais il devait être consommé très rapidement.
- **La lutte contre les emballages inutiles.** Poussée par la réglementation (loi AGEC), la disparition d'« emballages inutiles » est déjà anticipée (voir tableau ci-après).

3.1.3.3 Emballages de la restauration susceptibles d'être réduits / supprimés

Le tableau ci-dessous présente les emballages de la restauration qui pourraient être amenés à disparaître.

Types d'emballages	Potentiels de réduction à la source identifiés
Emballages primaires	<ul style="list-style-type: none"> • Emballages de service en restauration rapide : leur disparition est programmée par la loi AGEC à horizon janvier 2023 ; • Autres emballages individuels : certains emballages de produits frais pourraient être évités et remplacés par l'utilisation de vaisselle avec toutefois des points d'attention. A titre d'illustration le service en coupelle prend du temps et induit des enjeux à la fois de DLC et de température de conservation. Par exemple, les yaourts en pots peuvent être conservés 21 jours entre 4 et 6°C, alors que le yaourt servi en coupelle a moins d'un jour de DLC et doit être conservé à 3°C⁵¹... Ces pratiques engendrent donc un risque non négligeable d'augmenter le gaspillage alimentaire ; • Petits contenants ou petites portions : par exemple, certains restaurants utilisent des barquettes de champignons de 250 ou 500 grammes, alors que des grands contenants sont disponibles (il est même possible de s'approvisionner en cagettes réutilisables) ; • Bouteilles PET : la restauration collective travaille sur des solutions de type « fontaine »⁵² ; • Chutes de films servant à sceller les barquettes thermoformées : le squelette de film de thermo-soudage représente entre 40 et 45 % du film initial. Certaines machines permettent d'utiliser 100 % du film pour sceller les barquettes sans déchets comme, par exemple, celles du fournisseur italien Mondini.
Emballages secondaires et tertiaires	<ul style="list-style-type: none"> • -Pas de potentiel particulier identifiés .
Emballages vides	<ul style="list-style-type: none"> • Gobelets : il est possible de les diminuer voire les supprimer, si toutefois les consommateurs utilisent leur propre contenant. A noter que la

⁵¹ Source : entretien avec Restau'Co

⁵² Source : entretien avec Restau'Co.

Types d'emballages	Potentiels de réduction à la source identifiés
	suppression des gobelets est difficile dans le cas particulier des activités de soin, ainsi qu'en livraison à domicile.

On peut noter que les emballages cités sont plutôt des emballages primaires. La suppression d'emballages tertiaires s'avère plus complexe car ils remplissent des fonctionnalités importantes. Par exemple, le cerclage d'une caisse marée en PSE n'est pas essentiel, mais il représente une sécurité importante limitant les pertes tout en permettant une relative simplicité des opérations de logistique et de manutention.

3.1.3.4 Synthèse

Le tableau ci-dessous permet de **représenter sous la forme de matrice** les cinq leviers d'actions concernant la réduction à la source.

		Impact du levier	
		Faible	Moyen
		Fort	
Faible			
Moyenne			<ul style="list-style-type: none"> - Favoriser l'allègement des emballages - Accélérer la réduction du suremballage (impact non déterminé) - Favoriser l'utilisation par les clients de leurs contenants (impact non déterminé) - Limiter les pertes de matières lors des opérations d'emballage par le restaurateur (impact non déterminé)
Forte			<ul style="list-style-type: none"> - Privilégier l'utilisation de grands formats à chaque fois que c'est pertinent (impact non déterminé)
Facilité de mise en œuvre			

3.1.4 Le développement de la collecte, du tri et du recyclage

3.1.4.1 Leviers d'actions

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
14. Sensibiliser et accompagner les restaurateurs au tri	Tous les emballages	Tous	Le développement du tri pour le recyclage passe par une compréhension du geste / des pratiques à réaliser ainsi que par une compréhension de l'intérêt, notamment environnementale	Tous les emballages, primaires, secondaires et tertiaires	Fort	Les actions de sensibilisation / éducation sont réputées efficaces, notamment sur la base de ce qui est observé chez les ménages	Moyenne	Cette action nécessite un portage fort et des discours adaptés aux différentes cibles
15. Favoriser l'utilisation de plastiques recyclables	Tous les emballages	Tous	Favoriser le remplacement des plastiques non recyclables par des plastiques recyclables ou par d'autres matériaux (recyclables).	Par exemple : - Emballages multimatériaux à remplacer par des monomatériaux - Substitution du PSE pour les emballages et caisse qui ne sont pas collectées séparément pour leur recyclage (utilisation de carton pour la distribution de produits de la marée, conditionnement sous vide ou en atmosphère en PEHD, utilisation de caisses en plastique réemployables)	Fort	Volumes en jeu potentiellement très importants	Moyenne	Filières bien établies et matures à faire évoluer (mais des solutions techniques existent) Veiller à la synergie et à la cohérence avec les emballages ménagers

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
16. Adapter les modalités de collecte en porte-à-porte	Tous les emballages	Restauration commerciale	Adaptation des modalités de collecte en porte à porte aux déchets d'emballages de la restauration, par exemple : - Augmentation des fréquences de collecte ; - Adaptation du matériel de pré-collecte et de collecte.	Tous les emballages, primaires, secondaires et tertiaires	Fort	Selon l'état des lieux (cf partie 1.3.1.2) la part des établissements faisant le tri reste assez faible (50%) en dehors des cartons et des palettes. Ce constat est partagé par les acteurs de la restauration	Faible	Enjeu du développement d'une offre pour mieux répondre aux besoins de flexibilité exprimés par les structures de la restauration ; soit offre privée (collecte dédiée ou logistique inverse) soit SPPGD dans la limite de son cadre d'intervention ⁵³
17. Inciter économiquement au tri des déchets d'emballages	Tous les emballages	Restauration commerciale	L'incitation économique au tri des déchets d'emballages de la restauration peut prendre deux formes (qui ne s'excluent pas mutuellement) : - Hausse du coût de gestion des déchets résiduels par une évolution de la fiscalité locale (Redevance Spéciale) - Financement en aval de la collecte sélective par l'intermédiaire de soutiens aux tonnes recyclées (au même titre que pour les déchets d'emballages ménagers)	Tous les emballages, primaires, secondaires et tertiaires	Fort	Les instruments économiques sont réputés avoir une bonne efficacité sur les performances de collecte (ex : tarification incitative pour les déchets ménagers)	Faible	Complexité importante pour faire évoluer la fiscalité au niveau local L'attribution de soutien relève de la définition de la future REP. Les effets contreproductifs des soutiens (n'incitant pas à réduire les déchets) ou de distorsion de concurrence (par exemple s'ils ne sont versés qu'aux collectivités) sont à étudier

L'article L. 2224-14 du Code général des collectivités territoriales (CGCT) prévoit que « les collectivités [...] assurent la collecte et le traitement des autres déchets définis par décret, qu'elles peuvent, eu égard à leurs caractéristiques et aux quantités produites, collecter et traiter sans sujétions techniques particulières ». Dans le cadre d'une collecte spécifique se pose la question de l'appréciation des sujétions particulières. Selon la FNADE, on peut considérer qu'une collecte de déchets assimilés sans sujétions technique particulière est une collecte qui réunit les quatre conditions suivantes : lors d'une même tournée associée à une même fréquence de collecte ; avec le même véhicule de collecte ; avec le même type de contenant compatible avec ce véhicule ; orientée vers un exutoire identique.⁵⁴ Étude sur la collecte des bouteilles plastiques de boisson, ADEME, Décembre 2020.

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
18. Développer les dispositifs de reprise par les fournisseurs	Tous les emballages	Tous	Sur le modèle d'autres filières (ex : Aivalor pour les emballages des produits d'entretien) des programmes de reprises pourraient être développés. La collecte de ces emballages vides doit se faire via une massification, soit au niveau du fournisseur, qui reprend les emballages vides quand il vient livrer de nouveaux produits, soit au niveau du lieu de distribution (à qui le restaurateur peut rapporter ses bidons vides quand il vient acheter des produits neufs).	Les emballages, primaires, secondaires et tertiaires les plus standardisés, par exemple : - les bidons pour les produits d'entretien - les seaux pour les produits alimentaires	Non déterminé	Volumes en jeu à analyser	Moyenne	Dispositif de reprise en reverse logistique ou de massification en points de vente relativement complexe à mettre en œuvre même si des exemples existent dans d'autres secteurs
19. Développer des collectes dédiées pour le recyclage	Tous les emballages	Restauration collective et restauration rapide	Des collectes dédiées sont envisageables pour certains emballages et segments de la restauration. La mutualisation des collectes entre entreprises géographiquement proches et qui ont un gisement relativement homogène constitue un moyen de faire baisser les coûts. Dans le secteur de la restauration rapide, des réflexions et des travaux ont été menés pour organiser des « grappes » de restaurants et des tournées de collecte cohérentes.	Certains emballages, par exemple : - Emballages en polypropylène en restauration collective - Emballages de la restauration rapide (cartons, gobelets)	Moyen	Action qui ne concernerait qu'une partie du secteur	Moyenne	Des réflexions sont déjà en cours dans le secteur de la restauration rapide (organisation en grappe)

Davantage de détail est fourni dans les paragraphes suivants.

3.1.4.2 Détail des actions concernant la collecte, le tri et le recyclage des emballages

Trois grands types de leviers d'actions ont été mentionnés par les acteurs du secteur.

- **Les leviers opérationnels / organisationnels concernant la collecte sélective pour les emballages hors verre.**
 - Dès lors que le tri nécessite une action particulière, comme l'apport en Point d'Apport Volontaire (PAV), il est moins fréquemment réalisé par les acteurs de la restauration. La collecte en porte-à-porte pourrait donc faciliter le tri et accroître les quantités triées séparément. Mais, elle se heurte au problème du manque de place en restaurant : les locaux poubelles sont exigus, notamment en centres-villes, et parfois même partagés avec les résidents d'une copropriété (lorsque la restauration est encastrée dans le bâti d'habitation). Pour pallier ce problème d'espace, les leviers identifiés sont les suivants :
 - **Augmentation des fréquences de collecte** (sachant que ce levier induit des coûts supplémentaires importants) ;
 - **Adaptation du matériel de pré-collecte (i.e. tri en établissement) et de collecte (i.e. tri en local poubelles).**
 - Par ailleurs, selon certains acteurs **le déploiement du tri à la source des biodéchets** pourrait également permettre d'accroître les quantités d'emballages triés tout en améliorant la qualité du gisement. Il n'existe pas de données sur les professionnels, mais les retours d'expérience sur les particuliers⁵⁴ montrent que la mise en place d'une collecte séparée des biodéchets s'accompagne d'un accroissement des pratiques de tri des déchets recyclables. Ce changement de pratique s'explique en partie par les actions de communication menées à l'occasion de la mise en place de la collecte séparée des biodéchets, qui incluent un rappel de l'ensemble des consignes de tri. Mais il n'existe pas d'étude spécifique permettant de mieux préciser l'impact de ces leviers pour les activités de restauration.
- **Les leviers opérationnels / organisationnels visant à mettre en place des collectes dédiées.**
 - Le **développement de collectes dédiées** est également une piste d'actions intéressante notamment lorsqu'il est possible de regrouper des acteurs utilisant des typologies d'emballages proches sur une même zone géographique ;
 - Les démarches de **reprise fournisseurs** qui permettent de collecter les emballages vides. Il est à noter que ce type de démarche fonctionne lorsqu'il y a un certain niveau de massification qui peut être réalisé par le fournisseur qui reprend les emballages vides lorsqu'il vient livrer de nouveaux produits (mais cela suppose que les restaurateurs stockent leurs emballages vides). La massification peut également être réalisée au niveau du distributeur (à qui le restaurateur peut rapporter ses emballages vides quand il vient acheter de nouveaux produits) ;
 - Les **démarches de logistique inverse**, qui sont déjà développées pour certains emballages comme les boissons (pour le verre consigné mais aussi pour le verre perdu) pourraient être dupliquées à d'autres emballages. Deux contraintes principales sont toutefois à noter :
 - Des contraintes opérationnelles qui peuvent être importantes pour certains grossistes alimentaires qui n'ont pas développé d'activité de logistique inverse.
 - Des contraintes réglementaires : pour les produits pour lesquels la chaîne du froid s'applique, aucune reprise des cartons souillés n'est possible dans les camions de livraison (norme ISO 22 000 et réglementation dédiée). Une habilitation au transport de déchets est en outre nécessaire (les grossistes alimentaires et prestataires logistiques de la restauration ne sont pas habilités à transporter des déchets). Cette habilitation est accessible pour les grossistes notamment de produits secs/liquides (les grossistes en boissons qui proposent de reprendre les bouteilles/bocaux de verre à usage unique ont cette habilitation). Dans le cas du réemploi, cette disposition ne s'applique pas car les emballages repris ne sont pas réglementairement considérés comme des

⁵⁴ Étude sur la collecte des bouteilles plastiques de boisson, ADEME, Décembre 2020.

déchets, même si des contraintes sanitaires (notamment entre circuits de livraison - propre - et de reprise - sale) et organisationnelles (allongement des temps de livraison) existent.

- **Les leviers économiques.** L'incitation économique au tri des déchets d'emballages de la restauration peut prendre deux formes (qui ne s'excluent pas mutuellement).
 - **Une hausse des coûts de la collecte des déchets résiduels.** La hausse du coût des déchets résiduels impliquerait notamment une évolution de la fiscalité locale, et plus précisément le passage d'un financement via la seule Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères (TEOM) à un financement via une Redevance ou une Redevance Spéciale (RS), en plus ou à la place de la TEOM. Les prestataires de collecte publics et privés partagent en effet le constat suivant : quand les déchets résiduels peuvent être collectés par le service public de gestion des déchets avec des plafonds de collecte élevés, et qu'il ne coûte que la TEOM, les professionnels de la restauration sont peu nombreux à mettre en place le tri. Le niveau de tri est donc lié à l'existence d'une redevance ou d'une redevance spéciale sur les déchets résiduels : celle-ci incite fortement à trier en renchérissant le coût de collecte des déchets résiduels. Il est à noter que la mise en place de ces instruments économiques est jugée complexe par les collectivités⁵⁵.
 - **Une baisse des coûts de la collecte des déchets recyclables.** La baisse de coût de collecte des déchets recyclables pourrait se faire, dans le cadre d'une filière REP, par des soutiens aux tonnes collectées (voire à la mise en place de contenant adapté). A titre d'exemple, pour le verre, les grossistes en boissons proposent aujourd'hui un service de reprise du verre à usage unique, pour un service pouvant être facturé en moyenne entre 2 € par caisse (sachant qu'une caisse pleine pèse en moyenne 15 à 16 kg). La REP Emballages de la restauration pourrait permettre de développer et soutenir cette collecte sans que l'établissement n'ait à payer en plus pour le service. Pour les autres emballages, le financement en aval de la collecte sélective, par le soutien des tonnes triées-recyclées, pourrait permettre une amélioration du tri du fait d'une incitation économique.

⁵⁵ Source : entretien avec l'AMF

3.1.4.3 Synthèse

Le tableau ci-dessous permet de **représenter sous la forme de matrice** les six leviers d'actions concernant la collecte, le tri et le recyclage des emballages.

		Impact du levier		
		Faible	Moyen	Fort
Facilité de mise en œuvre	Faible			<ul style="list-style-type: none"> - Adapter les modalités de collecte en porte à porte - Inciter économiquement au tri des déchets d'emballages
	Moyenne		<ul style="list-style-type: none"> - Développer des collectes dédiées pour le recyclage - Développer les dispositifs de reprise par les fournisseurs (impact non déterminé) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser et accompagner les restaurateurs au tri - Favoriser l'utilisation de plastiques recyclables
	Forte			

3.1.5 La recyclabilité des emballages et l'intégration de matière recyclée

3.1.5.1 Leviers d'action

Levier d'action	Catégorie d'emballages	Acteurs de la restauration concernés	Commentaires / détails	Emballages concernés	Impact du levier	Commentaires	Facilité de mise en œuvre	Commentaires
20. Développer les filières de recyclage avec un grade « contact alimentaire » pour de nouveaux polymères	Emballages primaires	Tous	Le développement de nouvelles technologies et filières de recyclage permettant de produire de la matière régénérée de grade « contact alimentaire » en dehors du PET qui existent déjà (PS, PE, PP) permettra une intégration plus importante de matières premières issues du recyclage.	Par exemple : - Emballages de produits laitiers (PS)	Fort	Une grande partie des emballages ne peut utiliser de matière recyclée du fait de la non-disponibilité de résine régénérée aptes au contact alimentaire	Faible	Les technologies en développement ne sont pas au stade industriel et des incertitudes quant à leur arrivée à maturité dans des délais courts existent
21. Eco-concevoir les emballages afin qu'ils soient recyclables	Emballages primaires	Tous	Les emballages en plastique sont particulièrement concernés par ces problématiques de recyclabilité, notamment du fait de l'utilisation de plusieurs résines au sein de certains emballages	Par exemple : - Barquettes operculées et emballages souples (PE)	Fort	Même si une grande partie des emballages (verre, carton, métal et certaines résines de plastique) est déjà recyclable, par association avec ce qui est connu pour les emballages ménagers, l'impact d'une telle action est jugé important.	Moyenne	L'accroissement de la recyclabilité des emballages en plastique peut engendrer des problématiques techniques (propriétés à conserver) et économiques (surcoûts)
22. Inciter à l'intégration de matières recyclées pour tous les matériaux d'emballage	Tous les emballages	Tous	L'intégration de matière recyclée L'intégration de matière recyclée est déjà pratiquée pour certains emballages (carton notamment mais à un niveau inconnu précisément) ; elle peut généralement être augmentée, pour assurer un débouché aux filières de recyclage	Par exemple : - Bouteilles PET - Cartons de transport	Fort	Tous les emballages et tous les matériaux d'emballages sont concernés	Moyenne	L'incitation en elle-même est facile à mettre en place (via l'éco-modulation par exemple), mais l'intégration de matière première de recyclage sera plus ou moins simple selon les emballages et matériaux d'emballage

Davantage de détail est fourni dans les paragraphes suivants.

3.1.5.2 Détail des actions concernant la recyclabilité des emballages et l'intégration de matière recyclée

Les acteurs interrogés ont en premier lieu mis en avant le **cas spécifique des plastiques** pour lesquels l'intégration de contenu recyclé dépend de la résine utilisée :

- **PET** : à date seul le PET recyclé peut être réincorporé dans les emballages en contact avec les produits alimentaires (certification EFSA contact alimentaire).
- **PS** : les industriels laitiers, qui travaillent avec Citeo au sein du consortium PS25, se sont engagés à intégrer du PS recyclé dans leurs produits dès que cela sera possible.
- **Polyoléfines (PE, PP)** : l'intégration de PE et PP recyclé dans les emballages non alimentaire (par exemple pour les emballages tertiaires) est déjà une pratique existante et amenée à progresser.

Les autres matériaux font déjà l'objet de davantage d'intégration de contenu recyclé que le plastique :

- **Carton** : il y a déjà une intégration d'une part variable de carton recyclé (fibre recyclée à l'intérieur et neuve à l'extérieur).
- **Verre** : le verre réincorpore en moyenne entre 70% et 80 % de calcin (verre recyclé).
- **Aluminium** : il incorpore également une part variable de matière recyclée.

A ce titre les leviers d'action suivants sont considérés comme étant importants :

- **Développement des filières de recyclage avec un grade « contact alimentaire » pour de nouveaux polymères.**
- **Ecoconception des emballages pour qu'ils soient recyclables.** A noter également que les acteurs interrogés soulignent que la recyclabilité des emballages (100 % recyclable) est loin d'être une réalité. Certains emballages en plastique en particulier sont considérés non recyclables pour des raisons techniques (multi-matériaux par exemple) ou du fait de l'absence de filière (emballages en PP souple par exemple) ce qui pousse les industriels à les remplacer par d'autres matériaux (passage de multi-matériaux à mono-matière, substitution du plastique par d'autres matières). Il serait utile qu'une méthodologie d'évaluation de la recyclabilité soit développée pour les emballages de la restauration sur la base de ce qui existe pour les emballages ménagers⁵⁶.

3.1.5.3 Emballages de la restauration dont la recyclabilité est susceptible d'être améliorée

Types d'emballages	Potentiels d'accroissement de la recyclabilité identifiés
Emballages primaires	<ul style="list-style-type: none"> • Les barquettes operculées : Le développement de barquettes operculées en mono-matériau (PEHD/PEBD) est clé du fait du développement des filières de recyclage pour ce polymère. • Les emballages plastique de boissons : les plus gros producteurs s'engagent déjà sur des bouteilles en PET intégrant 100 % de matière recyclée d'ici à quelques années (voire y sont même déjà sur certaines de leurs gammes). Le point critique pour poursuivre ce développement est la disponibilité de la matière. Il faut un tri et une collecte de qualité pour intégrer du recyclé aux emballages neufs.
Emballages secondaires et tertiaires	<ul style="list-style-type: none"> • Les caisses en polystyrène expansé : en fin de vie, s'il n'est pas séparé, le polystyrène se fragmente et dégrade la qualité des autres flux recyclables (notamment les fibreux). Il est donc un indésirable en centre de tri et plusieurs initiatives existent pour réduire son utilisation : <ul style="list-style-type: none"> ○ Remplacement du polystyrène par du carton dans la distribution de produits de la mer⁵⁷ ; ○ Suppression des caisses PSE pour le poisson au profit de conditionnements sous-vide ou sous atmosphère en PEHD⁵⁸ ; ○ Utilisation de caisses réemployables en plastique rigide.

⁵⁶ <https://bo.citeo.com/sites/default/files/2021-05/CP-Citeo-Methodo-Recyclabilit%C3%A9-05052021.pdf>

⁵⁷ Voir l'initiative : <https://www.ribegroupe.fr/revue-de-presse/communiqu%C3%A9-de-presse-ribegroupe-132.pdf>

⁵⁸ Source : entretien avec un grossiste alimentaire.

3.1.5.4 Synthèse

Le tableau ci-dessous permet de **représenter sous la forme de matrice** les deux leviers d'actions concernant la recyclabilité des emballages et l'intégration de matière recyclée.

		Impact du levier		
		Faible	Moyen	Fort
Facilité de mise en œuvre	Faible			- Développer les filières de recyclage avec un grade « contact alimentaire » pour de nouveaux polymères
	Moyenne			- Eco-concevoir les emballages afin qu'ils soient recyclables - Inciter à l'intégration de matières recyclées pour tous les matériaux d'emballage
	Forte			

3.2 Points d'attention

Les points d'attention sont organisés selon quatre paramètres clés d'organisation de la REP :

1. Définitions, périmètre et objectifs ;
2. Flux physiques et responsabilités organisationnelles ;
3. Flux financiers et responsabilités économiques ;
4. *Reporting*, suivi et contrôle.

Il s'agit ici de poser les principaux points d'attention à prendre en compte dans le cadre de la mise en œuvre de la REP, ainsi que les enjeux et impacts potentiels associés, sans formuler de recommandations dans le cadre de cette étude.

Sauf mention contraire, les points d'attention soulevés ci-dessous concernent l'ensemble du périmètre couvert par l'étude.

3.2.1 Définitions, périmètre et objectifs

Les principaux points d'attention identifiés, ainsi que les enjeux associés, sont présentés dans le tableau ci-dessous.

Le point d'attention principal, souligné par les différents acteurs, porte sur les périmètres respectifs entre la REP emballages ménagers, la REP emballages de restauration et la future REP DEIC

Les autres points principaux sont les suivants :

- Définition des objectifs de performance en termes de prévention, réduction, réemploi, recyclage et réincorporation de matière recyclée pour la filière ;
 - Prise en compte des petits metteurs en marché conditionnant sur le lieu de vente ;
- Par ailleurs, plusieurs cas particuliers ont été soulevés : statut des produits de marque de distributeur (MDD) et prise en compte des produits non alimentaires, prise en compte des emballages tertiaires, contenants de la restauration.

Tableau 27 : Points d'attention relatifs aux définitions et au périmètre de la future filière REP des emballages de la restauration

Points d'attention à prendre en compte	Enjeux associés
Définitions et périmètre : Distinction entre les REP emballages ménagers, REP emballages de la restauration et REP Déchets d'Emballages Industriels et Commerciaux (DEIC)	Traçabilité des produits depuis le producteur jusqu'au consommateur. Dans un certain nombre de cas (voir ci-dessous, et partie 1.2.3. du rapport, les metteurs sur le marché de produits emballés n'ont pas de visibilité sur la destination finale de leurs produits. Comment tracer les emballages des produits consommés par les ménages et ceux consommés par les professionnels ? <ul style="list-style-type: none">• Cela est possible quand les producteurs traitent en direct avec les restaurateurs ;• Cela est possible aussi via les grossistes et les <i>cash & carry</i>, qui peuvent indiquer vers quels utilisateurs partent les produits, avec cependant des cas particuliers comme celui de la vente à emporter ;• Dans certains cas, les emballages des produits à destination des professionnels ne sont pas soumis au même étiquetage et aux mêmes exigences, en termes d'information consommateur, que les emballages des produits à

destination des ménages⁵⁹. Pour les produits en B-to-B, l'information est inscrite dans des documents commerciaux plutôt que sur l'emballage des produits. Mais ceci est en train de changer : le codage se développe, sur le modèle de ce qui est déjà fait en GMS (code EAN)

- Dans le métier de grossiste, la traçabilité est fondamentale, notamment pour des raisons de sécurité sanitaire. Il serait peut-être envisageable de s'appuyer sur la traçabilité d'hygiène pour tracer les produits (traçabilité au lot et à la date). Les grossistes possèdent des données précises sur quel produit est passé par quel entrepôt, à quelle date/heure et chez quel client il va être livré.
- Mais tous les achats des restaurateurs en commerce de détail ou en GMS ne sont pas « repérables » par les producteurs. Ceci est vrai d'autant plus pour les professionnels dont l'activité principale n'est pas la restauration : centres de vacances, campings, boulangeries-pâtisseries, etc.

L'état des lieux a mis en évidence que dans un certain nombre de cas, les metteurs sur le marché de produits emballés ne pourront pas déclarer avec certitude la destination de leurs produits si un même emballage relève de deux périmètres différents REP ménagers et REP restauration.

Or, l'état des lieux a mis en évidence qu'une part importante des emballages primaires de la restauration sont équivalents à ceux de la REP emballages ménagers.

De l'avis des acteurs ayant participé à cette étude, il s'agit là du point d'attention prioritaire dans le cadre de la mise en œuvre de la REP restauration.

Ce point nécessite de veiller dans la définition des périmètres à éviter qu'un même emballage ne se retrouve, sans justification, dans deux REP différentes et sinon de préciser des modalités permettant de définir les quantités relevant respectivement des deux REP.

Cohérence et simplicité des périmètres ménage/professionnel.

Concernant les emballages secondaire et tertiaire, ceux utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration sont identiques à ceux utilisés par les autres professionnels. En 2025, le principe de REP concernera l'ensemble des emballages ménagers et professionnels. D'une certaine façon, la mise en œuvre de la REP Restauration vient anticiper cette évolution, et doit donc permettre une distinction claire et simple entre périmètres ménagers et professionnels, de manière à éviter à la fois :

- L'absence de contribution de certains produits - il ne doit pas y avoir de « trou dans la raquette », selon lequel un produit emballé n'appartiendrait à aucune filière et échapperait à toute contribution ;
- Une double contribution de certains produits – dans le cas de chevauchement entre les REP et de règles insuffisamment claires si un même emballage se retrouve dans deux REP distinctes.

⁵⁹ Quand le produit est inclus dans une prestation de restauration, il n'y a pas forcément sur l'emballage l'intégralité des informations consommateurs nécessaires au sens du règlement 1169 du 25 octobre 2011, même s'il reste des informations qui doivent être portées à l'attention du consommateur quoi qu'il arrive (par exemple sur les allergènes).

Cas de la restauration rapide. Les emballages utilisés par la restauration rapide relèvent de la REP ménagers sauf en cas de consommation sur place, et sous réserve que le restaurant ait mis en place le tri 5 flux et qu'il fasse une communication pour indiquer que le déchet doit être « restitué sur place » (précisions par un courrier du Ministère de la Transition Écologique aux professionnels concernés).

Définitions et périmètre : Prise en compte des petits metteurs en marché conditionnant sur le lieu de vente

L'état des lieux a mis en évidence des tonnages significatifs (240 kt) correspondant à des emballages vides conditionnés sur le lieu de vente. Sur ces 240 kt, environ 60% est dans le périmètre de la REP ménagers (restauration rapide et vente à emporter : carton de pizza, barquettes pour plats préparés, boîtes pour pâtisserie, sachets pour baguettes ...) et environ 40% hors REP ménagers (gobelets, barquettes ... dans la restauration collective et commerciale). Ces emballages sont utilisés par un nombre très important d'acteurs, (la part des 81 000 commerces alimentaires qui conditionnent des produits, et la part des 320.000 restaurants qui utilisent ce type d'emballage) dont une grande partie sont de très petits metteurs en marché. Pour ces très petits metteurs en marché se pose la question de la complexité de la déclaration et du risque accru de free-riding. Avec l'évolution des modes de consommation, la part de ces emballages tend à se développer. L'examen de ce point d'attention lors de la mise en place de la REP restauration devrait, selon les acteurs, aussi permettre de mieux prendre en compte ce point dans le cadre de la REP emballages ménagers.

Une des pistes évoquées par les acteurs serait d'avoir une déclaration et une contribution à la REP au niveau des fabricants / fournisseurs des emballages vides concernés. Une autre piste serait d'avoir des modalités de déclaration simplifiées, par exemple via des forfaits.

Définitions et périmètre : Cas particulier : Statut des produits de Marque De Distributeur (MDD)

Dans la plupart des filières REP, le distributeur d'un produit MDD est considéré comme producteur⁶⁰, selon le terme consacré de « revendeur sous sa marque ». La REP Emballages ménagers fait exception à cette règle : il y a eu un cas de jurisprudence Intermarché / Eco-Emballages en 1998, au terme duquel le producteur au sens de la REP a été défini comme celui qui fabrique et emballe le produit, même si le produit est de marque distributeur et même si – comme c'est généralement le cas – les distributeurs ont des cahiers des charges qui intègrent des spécifications techniques sur l'emballage du produit. Dans le cas de la REP restauration le cas des MDD doit être précisé, en cohérence avec la REP ménager..

Définition et périmètre : Cas particulier : Prise en compte des emballages de produits non alimentaires

Produits non alimentaires : produits d'entretien et d'hygiène, mobilier, décoration, équipement électrique et électronique. Si certains sont spécifiques aux activités de restauration (produits d'entretien spécifiques à la cuisine⁶¹, mobilier et équipement de cuisine, etc.), d'autres sont également utilisés dans d'autres activités : produits, équipements, mobilier pour l'entretien du linge, les salles de restauration, les sanitaires, etc.

⁶⁰ C'est le cas notamment pour les REP DEEE, mobilier, piles et accumulateurs, produits chimiques, pneumatiques, jouets, articles de sport et de loisir, articles de bricolage et de jardin.

⁶¹ Les formats et circuits de distribution sont généralement spécifiques, et distincts notamment du circuit ménager.

	<p>Les metteurs sur le marché de ces produits non spécifiques aux activités de restauration ne sont pas nécessairement les mêmes (d'une part) et les circuits de distribution ne sont pas nécessairement spécifiques à la restauration⁶² (d'autre part).⁶³</p> <p>Cependant, lorsque ces emballages sont utilisés par des établissements de restauration, ils rejoignent les mêmes circuits de collecte et de traitement que les déchets d'emballages alimentaires.</p> <p>Se pose donc la question de l'inclusion dans le périmètre de la REP restauration des emballages de produits non alimentaires : limitation aux produits alimentaires, prise en compte des produits non alimentaires spécifiques à l'activité de restauration, ou prise en compte de l'ensemble des emballages de produits mobilisés dans le cadre des activités de restauration ?</p>
<p>Définition et périmètre : Cas particulier : prise en compte des emballages secondaires et tertiaires</p>	<p>Une question similaire se pose pour les emballages secondaires et tertiaires, en particulier lorsque ceux-ci ne sont pas spécifiques à des activités de restauration (ex. palettes).</p> <p>Se pose la question de l'inclusion dans le périmètre de la REP restauration des emballages secondaires et tertiaires: prise en compte de l'ensemble des emballages secondaires et tertiaires emballant des produits livrés à des restaurateurs ? prise en compte limitée aux emballages spécifiques à l'activité de restauration ? exclusion des emballages secondaires et tertiaires ?</p>
<p>Définition et périmètre : Cas particulier : Prise en compte des contenants</p>	<p>Dans le cadre de l'état des lieux (partie 1.2.2.5) un certain nombre de contenants utilisés en restauration ont été identifiés comme pouvant être considérés comme des emballages au regard des fonctions remplies. Des précisions devront être apportées pour préciser les cas où ces contenants doivent être considérés comme des emballages (par rapport à de la vaisselle ou des ustensiles de cuisines qui ne sont considérés comme des emballages).</p>
<p>Objectifs de performance : recyclage</p>	<p>Contribution aux objectifs nationaux de recyclage des emballages en particulier au regard des objectifs de la directive emballage. La fixation d'objectifs de recyclage pour la REP restauration nécessite de prendre en compte les points d'attentions suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quel niveau de détail dans le ou les objectifs : distinction par matériau et/ou type d'emballages ? • Quelle ambition et quelle montée en puissance ? Le niveau de ces objectifs doit être à la fois cohérent avec les objectifs réglementaires auxquels les emballages de la restauration doivent contribuer, s'articuler avec les objectifs des autres REP emballages et s'appuyer sur une prospective des performances pouvant être atteintes (à partir d'une analyse de la situation actuelle et des marges de progression envisageables).

⁶² Un certain nombre de professionnels de la restauration se fournissent auprès d'entreprises de fournitures de bureau ou bien s'approvisionnent en GMS (notamment les petits restaurateurs).

⁶³ Pour ces deux raisons, l'association française des industries de la détergence (AFISE) a publié une note de position demandant à ce que les produits d'entretien non spécifiques à la restauration soient exclus du périmètre de la filière REP des emballages de la restauration et inclus plutôt dans la filière REP des DEIC.

- Quelles modalités mettre en place pour évaluer spécifiquement la performance de la REP restauration en tenant compte qu'une partie des emballages correspondant n'est pas spécifique au périmètre de la restauration ?
- Cas particulier de l'objectif de collecte pour recyclage des bouteilles plastiques à usage unique (77 % en 2025 et 90 % en 2029) : les bouteilles qui ne sont pas dans le périmètre de la REP emballages ménagers représentent moins de 5 % des mises en marché de ces emballages (13 kt / 387 kt en 2020)⁶⁴.

**Objectifs de performance :
réemploi⁶⁵,**

Contribution aux objectifs nationaux de réemploi des emballages. Pour atteindre les objectifs de 5 % et 10 % d'emballages réemployés (à horizon 2023 et 2027 respectivement), tous les emballages sont pris en compte. Le décret 3R fixe également des objectifs généraux : réduction de 20 % des emballages plastique à usage unique, dont 50 % par recours au réemploi ou réutilisation. L'article L. 541.10 du code de l'environnement, relatif à la Responsabilité élargie du producteur, implique le soutien aux activités de réemploi/réutilisation, ainsi que la fixation d'objectifs associés. Se pose donc la question de la façon dont le secteur de la restauration contribuera aux objectifs nationaux de réemploi, et donc de l'élaboration d'objectifs spécifiques dans le cadre de la REP, qui, comme pour les objectifs de recyclage, portera notamment sur le niveau de détail et l'ambition.

Les objectifs 2023 et 2027 devant à priori être portés par les acteurs individuellement (ou de façon mutualisée, par exemple via leurs éco-organismes), se posera la question de l'articulation entre les objectifs de réemploi de la REP et ces objectifs individuels : comment sera apprécié la contribution des acteurs aux objectifs de réemploi ?
A noter enfin que la loi AGEC (article 9) introduit la possibilité d'exprimer les performances de réemploi en unités de vente ou en « équivalent unités de vente ». Les modalités de calcul correspondantes restent à formuler précisément avec des règles qui soient équivalentes entre les deux REP.

**Objectifs de performance :
prévention et réduction**

Les emballages de la restauration sont aussi concernés, directement ou indirectement, par des objectifs portant sur la prévention, la réduction des emballages à usage unique (hors réemploi), la recyclabilité et l'intégration de matière recyclée. Ces objectifs doivent être poursuivis, dans le cadre de la REP, par des dispositifs incitatifs (notamment éco-modulation du barème, voir-ci-dessous), mais il est également envisageable d'introduire des objectifs de performance, tels que prévus à l'article L 541.1. du code de l'environnement. Enfin, le cahier des charges peut, également introduire des obligations de moyen plutôt que des obligations de résultats ainsi que l'amélioration du suivi des indicateurs permettant d'évaluer les performances. Là encore, l'articulation avec les objectifs fixés dans le cadre de la REP emballages ménagers est un point d'attention clef, dans la mesure où de nombreux acteurs/emballages sont communs aux deux REP.

⁶⁴ Collecte des bouteilles plastiques de boisson - rapport annuel d'évaluation des performances pour 2019 et 2020 – ADEME – septembre 2021

⁶⁵ L'article L. 541-10 du Code de l'environnement mentionne explicitement la prévention des déchets et le réemploi comme des obligations pouvant être faite aux metteurs sur le marché en application du principe de responsabilité élargie du producteur : « En application du principe de responsabilité élargie du producteur, il peut être fait obligation à toute personne physique ou morale qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe des produits générateurs de déchets ou des éléments et matériaux entrant dans leur fabrication, dite producteur au sens de la présente sous-section, de pourvoir ou de contribuer à la prévention et à la gestion des déchets qui en proviennent ainsi que d'adopter une démarche d'écoconception des produits, de favoriser l'allongement de la durée de vie des produits en assurant au mieux à l'ensemble des réparateurs professionnels et particuliers concernés la disponibilité des moyens indispensables à une maintenance efficiente, de soutenir les réseaux de réemploi, de réutilisation et de réparation tels que ceux gérés par les structures de l'économie sociale et solidaire ou favorisant l'insertion par l'emploi, de contribuer à des projets d'aide au développement en matière de collecte et de traitement de leurs déchets et de développer le recyclage des déchets issus des produits. »

Points d'attention à prendre
en compte

Enjeux associés

Concernant la recyclabilité des emballages les travaux développés dans le cadre des emballages ménagers devraient être élargies aux emballages de la restauration notamment en mettant en évidence les spécificités de certains des emballages au regard des filières de collecte, tri et recyclage en aval.

3.2.2 Flux physiques et responsabilités organisationnelles

Les principaux points d'attention identifiés, ainsi que les enjeux associés, sont présentés dans le tableau ci-dessous. En résumé, les principaux points sont les suivants :

- Articulations / synergies avec les dispositifs existants (collecte et tri des emballages du SPPGD, collecte privée dont logistique inverse – notamment pour le réemploi)
- Développement de capacités et dispositifs complémentaires

Points d'attention à prendre en compte	Enjeux associés
REEMPLOI : maintien des pratiques existantes, mutualisation avec le réemploi des emballages ménagers, développement de nouveaux dispositifs	<p>Maintien des pratiques de réemploi. Le réemploi est pratiqué en CHR sur des bouteilles en verre et des futs métalliques depuis de nombreuses années (partie 1.2.4 du rapport) ; il sera important dans le cadre de la future REP de ne pas remettre en cause ou perturber ces circuits qui fonctionnent très bien aujourd'hui mais au contraire de favoriser leur développement à la fois sur les produits déjà concernés et sur de nouveaux produits</p> <p>Mutualisation des flux de la REP ménagers et de la REP restauration. Le réemploi des emballages ménagers est encore assez peu développé, mais devrait tendre à se développer dans les prochaines années, à la faveur notamment des objectifs réglementaires fixés en la matière. Il y a des axes de synergies à exploiter et à prendre en compte lors de la mise en œuvre de la REP emballages de restauration, à la fois en termes de logistique retour (circuits de collecte et de nettoyage des emballages réutilisables) et de conception des emballages (standardisation des formats). Cet axe de travail permettrait à la fois d'optimiser le coût des dispositifs, ainsi que leur impact environnemental.</p> <p>Développement de dispositifs complémentaires. Quels seraient les dispositifs complémentaires spécifiques au secteur de la restauration à mettre en œuvre ? Outre le soutien aux dispositifs existants, et les mutualisations évoquées ci-dessus, la mise en œuvre de la REP pourrait permettre de stimuler le développement de filières de réemploi d'emballages répondant à des besoins spécifiques et non couverts du secteur de la restauration.</p>
COLLECTE : mutualisation avec la collecte du SPPGD et développement de collectes spécifiques privées	<p>Concernant le cadre réglementaire, les restaurateurs sont déjà soumis à des obligations concernant la collecte sélective de leurs déchets :</p> <ul style="list-style-type: none">• Tri à la source des biodéchets : actuellement pour les producteurs de plus de 10 t par an, étendu aux producteurs de plus de 5 t par an à partir de 2023⁶⁶.• Décret 5 flux : obligation de tri des papiers/cartons, métaux, bois, plastiques, verres, pour tous les détenteurs collectés par un prestataire privé ou par le SPPGD au-delà de 1100 L/semaine.• Obligation de ne pas mélanger les déchets d'emballages non ménagers à d'autres déchets d'activités qui ne peuvent pas être valorisés selon les mêmes voies⁶⁷. <p>Ces dispositions, qui concernent une majorité des acteurs de la restauration, ne paraissent pas suffisantes pour garantir un haut niveau de recyclage des déchets d'emballages de la restauration. Il s'agit cependant d'obligations réglementaires sur lesquelles la</p>

⁶⁶ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000041627130/

⁶⁷ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT00006074220/LEGISCTA000006188985/2021-03-30

REP restauration peut s'appuyer. Il s'agira d'être attentif à la cohérence et à la synergie des dispositions pratiques mises en œuvre dans le cadre de la REP restauration avec ces obligations.

Concernant les pratiques actuelles, l'état des lieux a mis en évidence (cf. partie 1.3.1.3 du rapport), une grande diversité des pratiques en fonction des types d'emballages, des territoires et du choix des collectivités de collecter plus ou moins largement les activités économiques (dans la collecte sélective ou en déchèterie), notamment au regard de l'existence d'une offre de collecte privée. Le recours au SPPGD ou à des collectes privées dépend aussi, des types d'acteurs de la restauration et de leur taille.

Cinq grands types d'emballages peuvent ainsi être différenciés au regard des modalités de leur collecte :

- les emballages logistiques (palettes, films de palettisation, cagette en bois, caisse PSE – 85 kt) : de par leur taille et leurs caractéristiques ils ne peuvent rejoindre la collecte sélective des ménages et font l'objet de collectes sélectives spécifiques (généralement privé) ou d'apport en déchèterie (public ou privé)
- les cartons de transports (551 kt) : de par les volumes produits et la taille, ils font généralement l'objet de collectes sélectives spécifiques (public ou privé) ou d'apport en déchèterie (public ou privé)
- les emballages en verre (437 kt) : ces emballages ont les mêmes caractéristiques que les emballages ménagers. Ils sont majoritairement collectés en apport volontaire dans le cadre du SPPGD, mais des collectes sélectives spécifiques (public ou privé) existent aussi pour améliorer la performance de la collecte.
- les emballages hors verre, hors logistiques, spécifiques professionnels et utilisés pour la préparation des repas (157 kt) : ils sont généralement plus grand que les emballages ménagers ce qui peut poser des contraintes particulières pour les collecter et surtout les trier en mélange avec les emballages ménagers. Ils sont aujourd'hui mal pris en compte dans les collectes sélectives existantes.
- les emballages hors verre, hors logistiques et non spécifiques professionnels (459 kt) : ces emballages ont les mêmes caractéristiques que les emballages ménagers. En fonction des territoires ils peuvent rejoindre la collecte sélective du SPPGD ou des collectes privées

Ces constats reflètent la situation actuelle en l'absence de la mise en place d'une REP sur ces emballages. Il sera nécessaire d'être attentif à l'impact de la REP sur ces différentes organisations entre les flux aujourd'hui collectés dans le cadre du SPPGD (dans la collecte sélective ou en déchèterie), et ceux pris en charge par des collectes privées pour favoriser les synergies et le développement de la collecte sélective auprès de tous les acteurs de la restauration.

Mutualisation des flux de la REP ménagers et de la REP restauration dans le cadre de la collecte du SPPGD.

L'article L. 2224-14 du Code général des collectivités territoriales (CGCT) prévoit que « les collectivités [...] assurent la collecte et le traitement des autres déchets définis par décret, qu'elles peuvent, eu égard à leurs caractéristiques et aux quantités produites, collecter et traiter sans sujétions techniques particulières ». En pratique, ce sont les règlements de collecte qui définissent les déchets professionnels qui sont collectés dans le cadre du SPPGD (cf. partie 1.3.2 du rapport), et on constate diverses pratiques (de la collecte non plafonnée financée par la TEOM ou la redevance spéciale, à des collectes plafonnées, excluant un nombre significatif d'acteurs de la restauration).

Selon certains acteurs interrogés, pousser à davantage de mutualisation des déchets d'emballages des ménages et des déchets d'emballages de la restauration présentant des caractéristiques similaires⁶⁸ pourrait permettre une optimisation technico-économique des collectes, si avec des moyens constants ou peu différents le SPPGD peut collecter plus de tonnes. Il y aurait ainsi une pertinence à avoir des synergies avec le bac jaune, c'est-à-dire le dispositif du SPPGD qui existe déjà ;

Si la possibilité d'une telle mutualisation dans le cadre du SPPGD peut faire sens d'un point de vue logistique et économique, se pose alors la question de l'articulation des dispositifs de soutien aux collectivités entre la REP emballages ménagers et la REP restauration.

Développement de collectes privés spécifiques. Concernant les emballages présentant des caractéristiques différentes de celles des ménages des collectes spécifiques sont nécessaires (privé ou public) Pour les emballages présentant des caractéristiques similaires, dans les territoires où la collecte spécifique privée paraît plus adaptée et où les collectivités choisissent de limiter la collecte des déchets des restaurateurs, des dispositifs de collecte complémentaires sont à développer en veillant à l'articulation avec les flux issus du SPPGD. Par ailleurs il peut être nécessaire de développer des collectes particulières permettant de mieux prendre en compte les contraintes des restaurateurs (fréquence, horaire, contenants, type de tri ...). Leur mise en place pouvant nécessiter des sujétions particulières par rapport aux caractéristiques normales du SPPGD les collectivités locales ne sont pas nécessairement en mesure de proposer ce type de service.

Dans tous les cas, la façon dont la REP restauration pourra contribuer à soutenir ou compléter les collectes existantes est un point d'attention important.

TRI : utilisation des capacités existantes et développement de nouvelles

En fonction des caractéristiques des emballages de la restauration le type d'installation de tri adapté sera différent. Les emballages similaires aux emballages de la REP emballages ménagers peuvent être triés dans les mêmes installations que les centres de tri ménagers et en constitue déjà une partie du flux. Ces emballages seront le plus souvent perdus dans un centre de tri des déchets d'activités économiques compte de tenu de leurs trop petites tailles. A l'inverse, dans un centre de tri ménager, tout ce qui fait plus de 250-300 mm est considéré comme étant trop gros et part en tri manuel, perturbant l'automatisation du process. Les standards des centres de tri pour les déchets de la restauration ne sont pas connus : la nature des flux peut justifier des standards identiques aux emballages ménagers, mais certains flux justifient-ils le développement de standards spécifiques aux emballages de la restauration (à élaborer le cas échéant en anticipant la REP DEIC).

Mutualisation des flux de la REP ménagers et de la REP restauration. La modernisation du parc des centres de tri pour pouvoir trier les flux issus de l'extension des consignes de tri des emballages plastiques va se prolonger jusqu'en 2025. Certains acteurs ont alerté sur le fait que ces installations, développées pour le gisement des collectes sélectives ménagères, ne doivent pas être remises en cause par le développement d'un circuit parallèle qui « déduirait » du circuit principal certains gisements d'emballages

⁶⁸ Il s'agit des emballages qui peuvent être collectés dans le cadre du SPPGD, donc similaires, en volume et en nature, aux déchets des ménages.

Points d'attention à prendre en compte Enjeux associés

professionnels. A l'inverse, l'amélioration du tri des emballages de la restauration, couplé à une mutualisation avec les flux ménagers, peut conduire à une augmentation des quantités entrantes en centre de tri ménager. Les possibilités de mutualisation des centres de tri existants avec les flux qui seront issus de la REP restauration constitue un point d'attention.

Développement de dispositifs complémentaires. Pour les emballages spécifiques de la restauration, en particulier les plus gros qui peuvent perturber le fonctionnement des centres de tri ménagers, une collecte spécifique permettrait de pallier ce problème mais cela nécessiterait du stockage, ce qui est compliqué pour les restaurateurs. Dans quelle mesure ces flux peuvent-ils faire l'objet d'une adaptation des centres de tri existants pour améliorer leur prise en charge ? Est-il nécessaire de développer des centres de tri dédiés à certains flux (notamment les gros emballages) ou des collectes spécialisées, par exemple en synergie avec la future REP DEIC ?

Tableau 28 : Points d'attention relatifs aux flux physiques et responsabilités organisationnelles de la future filière REP des emballages de la restauration

3.2.3 Flux financiers et responsabilités économiques

Les principaux points d'attention identifiés, ainsi que les enjeux associés, sont présentés dans le tableau ci-dessous. En résumé, les points principaux sont les suivants :

- Structure du barème amont (niveau de contribution, homogénéité du barème avec la REP emballages ménagers, critères de modulation des contributions)
- Niveau de couverture des coûts de collecte et de traitement

Points d'attention à prendre Enjeux associés en compte

AMONT : niveau des contributions

Certains acteurs soulignent que l'éco-contribution peut représenter un surcoût et donc un enjeu financier important :

- Pour certains segments de restauration ayant de fortes contraintes budgétaires comme le secteur hospitalier (les restaurations hospitalières tentent actuellement de rester en-dessous de 2 € la demi-journée alimentaire)
- Pour certains segments de la restauration, au regard de l'impact de la crise sanitaire

Effets possibles des écarts de barèmes amont pour des emballages équivalents. Pour les emballages identiques ou similaires, une attention particulière devrait être portée sur les conséquences possibles d'écarts importants entre les niveaux de contribution des REP ménage et REP restauration.

Modulation de la contribution. L'éco-modulation de la contribution amont est un moyen d'inciter à l'amélioration de la conception des emballages, et une obligation réglementaire dans le cadre de la mise en œuvre de la REP. La question des critères de cette modulation, et de son amplitude, se pose. Parmi les thématiques pouvant être traitées par cette modulation :

- Pénalisation des emballages non recyclables ou perturbateurs de tri / de recyclage ;
 - Incitation à la réduction et au réemploi ;
 - Intégration de matière première de recyclage. Bonus ou primes pour inciter à développer l'intégration de contenu recyclé dans les emballages mis sur le marché en veillant qu'ils soient accessibles à tous, et non fléchés vers certains produits ou certains producteurs ; il faut par ailleurs que les entreprises qui investissent puissent bénéficier d'une éco-modulation.
- La question de la cohérence de la modulation avec le périmètre ménage se pose également (cf. point sur les écarts des barèmes amont).

Soutien aux activités de réemploi

Le code de l'environnement (L. 540-10) prévoit que la REP doit soutenir les réseaux de réemploi. Les modalités de ce soutien au réemploi dans le cadre de la REP restauration constitue un point d'attention important pour mettre en place les leviers permettant d'accompagner au mieux le développement du réemploi dispositifs et acteurs éligibles, modalités d'accompagnements, contribution de la REP aux CAPEX (infrastructure de lavage notamment) et aux OPEX (mise en œuvre de la collecte, y compris en logistique inverse).

AVAL : couverture des coûts de la collecte et du traitement

Articulation de la REP avec la fiscalité locale. Aujourd'hui, la façon dont les restaurateurs paient les services de gestion des déchets est rarement incitative à la collecte séparée :

- Collecte par le SPPGD et paiement via la TEOM : non lié à la production de déchets ;
- Collecte par le SPPGD et paiement via la Redevance ou la RS : coût plus proportionné au service rendu et donc plus incitatif mais la Redevance ou la RS restent peu fréquentes ;
- Collecte sélective par le privé : risque de double facturation, si les tonnages pris en compte par la collecte privée ne permettent pas un ajustement de la fiscalité locale (par exemple pas de modification de TEOM).

Par ailleurs, dans de grandes métropoles comme Paris, la restauration est encadrée dans le bâti d'habitation, sans distinction ni quote-part entre l'habitation et la restauration, donc une seule TEOM est payée par la copropriété dans son ensemble.

La prise en compte de l'incitativité des dispositions retenues dans le cadre de la mise en œuvre de la REP restauration constitue un point d'attention. Comment seront soutenues les collectivités qui facturent aux restaurateurs un service de gestion des déchets (via la taxe ou la redevance) ? La REP peut-elle contribuer à accompagner les acteurs vers une tarification plus incitative ?

Investissement dans de nouvelles capacités de collecte :

- **Dans le cadre du SPPGD.** Certains acteurs anticipent que la REP Emballages de la restauration pourrait se traduire par des coûts d'investissement pour augmenter la capacité de collecte, y compris pour augmenter la fréquence de collecte et / ou la taille des bacs. A noter que la capacité de collecte devrait probablement être revue à la hausse en raison de l'augmentation de la vente à distance, moyennant quoi la REP restauration pourrait être une raison supplémentaire – et une opportunité – pour revoir à la hausse la capacité de collecte sélective du SPPGD⁶⁹ ;
- **Dans le cadre de collectes privées.** L'incitation à la collecte sélective pourrait passer par la mise en place de solutions de collecte sélective plus adaptées aux contraintes et aux fonctionnements des acteurs de la restauration (fréquence, modularité, diversité des déchets pris en compte). La logistique retour pourrait également assurer une partie de ces collectes.

Ces éléments de contexte posés, se pose la question des modalités de financement par la REP restauration :

- **Du service de collecte sélective proposé aux restaurateurs dans le cadre du SPPGD.** Aujourd'hui, le soutien aux collectivités pour les déchets d'emballages ménagers est principalement basé sur la comptabilisation des quantités recyclées, et sur la base de coûts de référence d'un service de collecte et de tri optimisé. Les tonnages pris en compte sont plafonnés par des seuils visant – notamment – à limiter le soutien à des emballages non contributeurs (notamment des emballages professionnels).
Se pose donc la question de la cohérence des modalités de soutien aux collectivités qui participent à la collecte et au tri des déchets d'emballages de la restauration, par rapport au barème de soutien au recyclage des déchets d'emballages ménagers.
- **Des prestations de collecte proposées par des acteurs privés (dans le cadre de la logistique inverse ou de collectes dédiées en porte-à-porte).** La REP restauration a-t-elle vocation à proposer des « solutions gratuites » de collecte des déchets d'emballages de la restauration ? Ou à apporter un soutien financier pour couvrir partiellement ou totalement les coûts des prestations existantes sur la base d'organisations de référence ? Dans ce cas, ce soutien devra-t-il être versé aux détenteurs ? Aux

⁶⁹ Source : entretien avec l'AMF

Points d'attention à prendre Enjeux associés en compte

prestataires de collecte et de traitement ? Quel serait le périmètre de ce financement d'opérations de collecte (qui peut être associé à des obligations de reprise dans le cas de la REP) : quels établissements ? quels emballages ?

- **Éventuellement, des dépenses nécessaires à la mise en place du tri à la source / de la gestion des déchets d'emballages par les détenteurs (restaurateurs).** En Belgique, par exemple, c'est un système de primes qui a été mis en place pour inciter les détenteurs d'emballages professionnels à mettre en place le tri à la source⁷⁰.

Si les deux types de financements sont retenus (SPGD et prestation de collecte privée), une attention particulière devra être apportée sur l'équité des soutiens apportés de façon à garantir une concurrence saine et équitable entre les acteurs.

Tableau 29 : Points d'attention relatifs aux flux financiers et responsabilités économiques de la future filière REP des emballages de la restauration

⁷⁰ <https://www.valipac.be/trier-dans-votre-entreprise/#lesprimes>

3.2.4 Reporting, suivi et contrôle

Les principaux points d'attention identifiés, ainsi que les enjeux associés, sont présentés dans le tableau ci-dessous. En résumé, les principaux points sont :

- Modalités de suivi des quantités d'emballages mis sur le marché. Cette question rejoint en grande partie celle du périmètre (voir plus haut) et notamment la question de l'articulation avec la REP emballages ménagers ;
- Modalités de suivi en aval. Un élément de complexité principal résidera dans la détermination de la part des déchets d'emballages de la restauration présents dans les flux mixtes gérés par le SPPGD.

Points d'attention à prendre en compte Enjeux associés

AMONT : déclarations de mises sur le marché

Une opportunité de simplification ? Pour les emballages de produits proches des emballages ménagers, la REP sur les emballages de la restauration pourrait venir simplifier la déclaration en élargissant le périmètre déclaratif : aujourd'hui, pour déclarer les emballages ménagers, les acteurs fournissant également des restaurateurs doivent mener un travail spécifique pour identifier les emballages contributeurs (identifier les formats spécifiquement professionnels, identifier et justifier de la typologie de clients pour les emballages « mixtes »). Il semble ainsi logique à certains acteurs interrogés que la REP emballages de la restauration complète la REP emballages ménagers et puisse simplifier le système actuel de déclaration, pour les emballages dont les caractéristiques sont proches des emballages ménagers.

Une crainte des entreprises est d'avoir trois régimes différents, avec trois déclarations différentes pour les emballages ménagers, ceux de la restauration et les autres. Fournir des données pour trois REP différentes (ménager, restauration et EIC) serait chronophage et coûteux. Il existe ainsi un risque réel d'augmenter la complexité administrative, notamment pour les petits acteurs, qui n'ont pas forcément les moyens de faire plusieurs déclarations ou de bien tracer différents circuits empruntés par les emballages.

Un risque de complexification ? A l'inverse, d'autres acteurs, craignent que des emballages, aujourd'hui dans le périmètre de la REP ménager, basculent dans une autre filière, ce qui pourrait être source de complexification.

AMONT : marquage

Marquage des produits. Une possibilité évoquée lors de l'étude est celle d'un marquage différencié des produits ménagers et non ménagers. Comme nous l'avons vu plus haut, une distinction selon la destination du produit n'est pas toujours possible, et par ailleurs, cela entraînerait, selon certains acteurs interrogés, des difficultés opérationnelles : arrêts de ligne pour changer le marquage, zones de stockage supplémentaires pour différencier les deux types de marquages, etc.

AVAL : traçabilité et contrôle

En ce qui concerne la traçabilité aval, un enjeu important sera de déterminer, dans les flux gérés par les collectivités, la part des déchets d'emballages issus des professionnels de la restauration (cette question étant intimement liée à la définition du périmètre, et notamment de la méthode de distinction des emballages ménagers et professionnels), et comment ceux-ci seront comptabilisés dans les performances des filières emballages ménagers et emballages de la restauration respectivement.

Plusieurs options peuvent être envisagées, comportant chacune certaines limites :

- Identification « individuelle » au niveau de chaque point de collecte, via :

Points d'attention à prendre Enjeux associés en compte

- Taux d'équipement des professionnels en bacs de collecte : valable uniquement pour les collectes en porte-à-porte, cette identification implique aussi pour les prestataires de collecte (publics et privés) de faire une distinction entre les professionnels de la restauration et les professionnels d'autres secteurs d'activité ;
- Tarification incitative. Elle nécessite de déployer des moyens spécifiques ; de plus elle ne permettrait pas de différencier les déchets ménagers et ceux professionnels dans le cas des immeubles mixtes habitation / restauration : même si deux bacs sont présents dans le même local poubelles, avec un propriétaire identifié pour chaque bac (ce qui est déjà compliqué), il n'est pas dit que l'usager du bac soit son propriétaire ;
- Identification « collective » : au niveau des points de stockage intermédiaire ou des centres de tri. La caractérisation du gisement est complexe à conduire et implique de décider – arbitrairement et *a priori* selon le format – ce qui est un emballage ménager et ce qui est un emballage professionnel.

De manière générale, en fonction du périmètre de la REP, la traçabilité du ou des flux « emballages de la restauration » chez les détenteurs peut s'avérer complexe, notamment dans les cas où il n'y aurait pas un ou plusieurs flux de collecte dédiés. Cela rejoint également la question du périmètre (voir plus haut).

Traçabilité et comptabilisation de tous les flux : il s'agira de compiler des données des différents canaux de collecte (collectivités + prestataires privés + reprise fournisseurs + ...).

Tableau 30 : Points d'attention relatifs au reporting, suivi et contrôle de la future filière REP des emballages de la restauration

ANNEXES

Annexe A : Détail des établissements de restauration et repas servis en 2018

Tous les chiffres sont disponibles dans le fichier Excel joint à ce rapport, intitulé « ADEME Emballages_Annexe A_Chiffres-clés de la restauration ».

Segment	Sous-segment
Restauration du travail	Industrie
	Tertiaire
	Administrations
	Restaurants municipaux
	Formation professionnelle
	Foyers de travailleurs
Restauration scolaire	Ecoles primaires publiques
	Centres de loisirs
	Groupes scolaires privés
	Ecoles secondaires publiques
	Centres universitaires
	Ecoles supérieures
Restauration du secteur santé	Hôpitaux publics
	Cliniques privées
Restauration du secteur social	Ets publics pour personnes âgées
	Ets privés pour personnes âgées
	Ets adultes handicapés
	CAT et ateliers protégés
	Ets adultes en difficulté
	Ets enfants handicapés
	Ets enfants en difficulté
	Crèches
Restauration des loisirs sociaux	Ets de tourisme social
	Centres de vacances
	Auberges de jeunesse
	MJC
Autres segments	Armées
	CRS
	Sécurité Civile
	Prisons
	Education surveillée
	Communautés religieuses

Tableau 31 : Segments et sous-segments du secteur « Restauration collective »

Segment	Sous-segment
Débits de boissons	Débits de boissons
Restaurants Service à Table	Restaurants traditionnels
	Restaurants gastronomiques
	Cafés-restaurants
	Pizzerias
	Grills
	Brasseries
	Autres formules de restauration à thème
Restaurants self-service	Restaurants self-service
Restauration rapide	Fast food hamburgers
	Fast food viennoiseries-sandwichs
	Livraison de pizzas
	Ets snacking divers : sushis
	Ets snacking divers : kebabs
	Ets snacking divers : snacking à thème
Restaurants d'hébergement	Hôtellerie
	Résidences de tourisme
	Terrains de camping
Restauration de transport	Stations-service
	Autoroutes
	Buffets de gare
	Aérogares
	A bord des trains
	A bord des avions
	A bord des bateaux
Restauration de concession	Parcs de loisirs
	Casinos
	Discothèques
	Cabarets
	Musées
	Cinémas
	Sites/complexes culturels
	Sites et monuments historiques
	Parcs des expositions
	Centres de congrès
	Complexes sportifs
	Hippodromes

Tableau 32 : Segments et sous-segments du secteur « Restauration commerciale »

Segment	Sous-segment
Tabac-presse	Tabac-presse
Stations-services	Sur autoroute
	Sur bord de route / en ville
Commerces alimentaires	Boulangeries-pâtisseries
	Terminaux de cuisson
	Confiseries
	Charcutiers traiteurs
	Magasins alimentation générale
	Supérettes
Ambulants et saisonniers	Vendeurs saisonniers
	Ambulants sur marché
	Friteries
	Camions pizza
	Camions ambulants

Tableau 33 : Segments et sous-segments du secteur « Circuits de vente alternatifs »

Annexe B : Détail des circuits d'approvisionnement de la restauration

Circuit n°1 : Grossistes alimentaires

Le premier circuit dominant étudié est celui des grossistes alimentaires, qui approvisionnent tous les acteurs et représentent à eux seuls près de la moitié des achats de la restauration commerciale et collective :

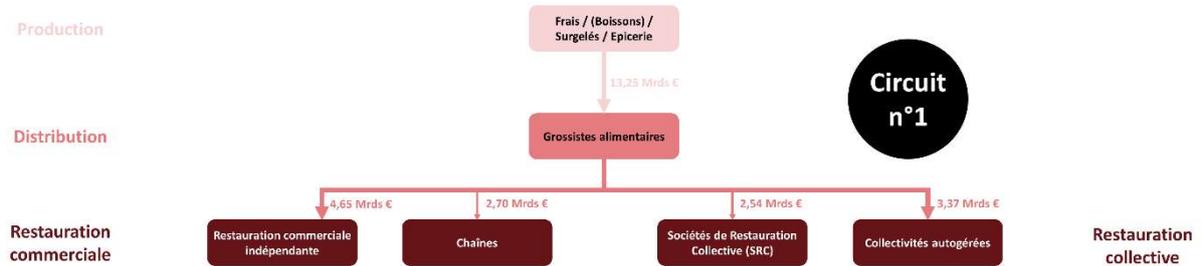


Figure 55 : Circuit dominant n°1 – L'approvisionnement par des grossistes alimentaires

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l'ensemble des produits achetés auprès des grossistes alimentaires par la restauration commerciale et collective :

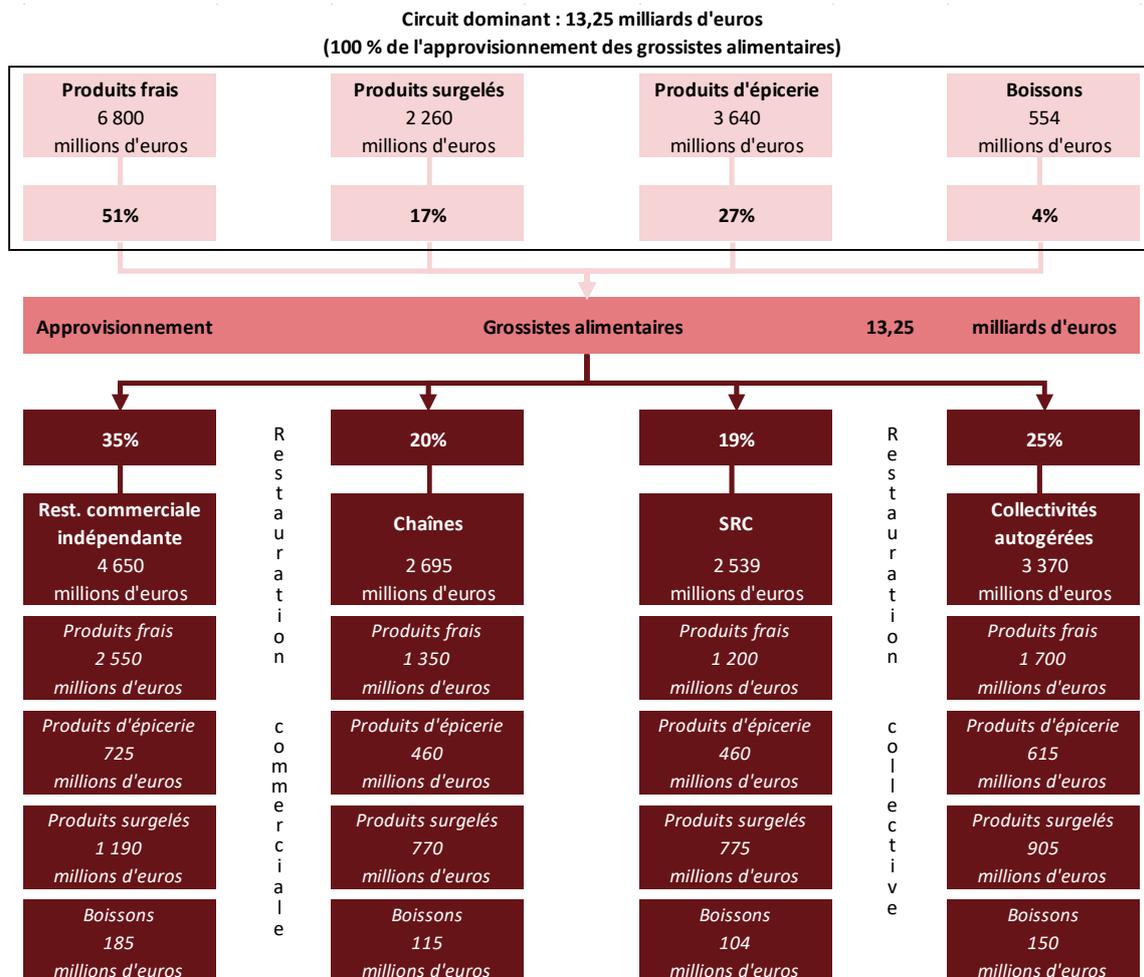


Figure 56 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par des grossistes alimentaires

Le tableau ci-dessous présente l'activité alimentaire des grossistes alimentaires à destination de la Restauration Hors Foyer (RHF) :

Grossistes alimentaires 2018 (mios € HT)	CA Total	CA CHD	CA RHF F&B	CA RHF Produits frais	CA RHF Produits épicerie	CA RHF Produits surgelés	CA RHF Boissons froides
POMONA	3 281	2 658	2 606	1 145	427	959	75
SYSCO	1 438	1 308	1 308	444	56	808	0
TRANSGOURMET	1 235	1 235	975	389	307	216	63
FRANCE FRAIS	1 571	880	871	690	75	101	5
PRO A PRO	796	744	714	272	375	30	37
ROC	555	552	552	154	25	373	0
EVEN	670	546	535	178	43	311	3
GEDAL	647	560	499	148	230	79	42
IVALYA	1 016	467	465	453	5	7	0
GRAL-GRANCOEUR	770	420	405	283	61	55	6
CRENO	521	245	242	240	0	0	2
BACK EUROPE	631	107	98	17	54	22	5
Autres distributeurs alimentaires	17 204	4 493	3 984	2 387	602	679	316
TOTAL	30 335	14 215	13 254	6 800	2 260	3 640	554

Tableau 34 : Activité alimentaire des grossistes alimentaires à destination de la RHF

Circuit n°2 : Grossistes boissons

Le deuxième circuit dominant étudié est celui des grossistes boissons, qui approvisionnent principalement la restauration commerciale :

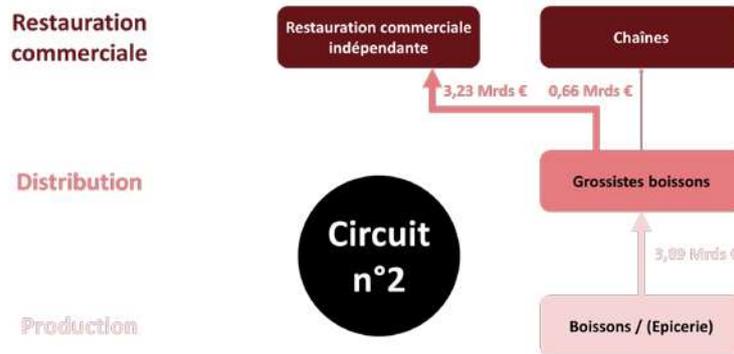


Figure 57 : Circuit dominant n°2 – L’approvisionnement par des grossistes boissons

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l’ensemble des produits achetés auprès des grossistes boissons par la restauration commerciale et collective :

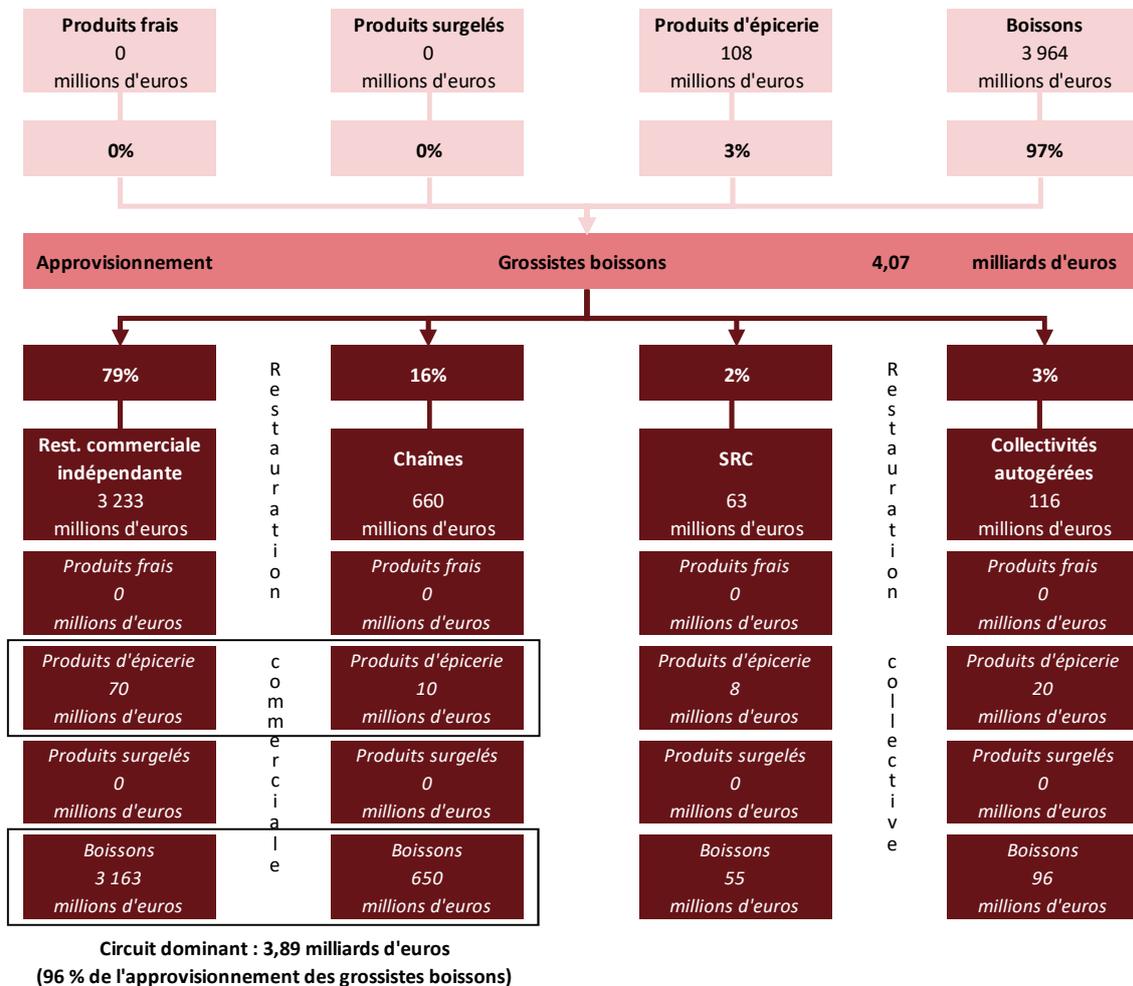


Figure 58 : Chiffres-clés de l’approvisionnement par des grossistes boissons

Le tableau ci-dessous présente l'activité alimentaire des grossistes boissons à destination de la Restauration Hors Foyer (RHF) :

Grossistes boissons 2018 (mios € HT)	CA Total	CA CHD F&B	CA RHF F&B	CA RHF BRSA	CA RHF Boissons alcoolisées	CA RHF Boissons chaudes
C*10	1 406	1 370	1 300	340	915	45
DISTRIBOISSONS	1 113	1 100	1 050	274	752	24
France BOISSONS	973	960	910	323	554	33
Indépendants (547)	876	850	812	217	589	6
TOTAL	4 368	4 280	4 072	1 154	2 810	108

Tableau 35 : Activité alimentaire des grossistes boissons à destination de la RHF

Circuit n°3 : Cash & carry

Le troisième circuit dominant étudié est celui du *cash & carry*, qui approvisionne principalement la restauration commerciale indépendante :

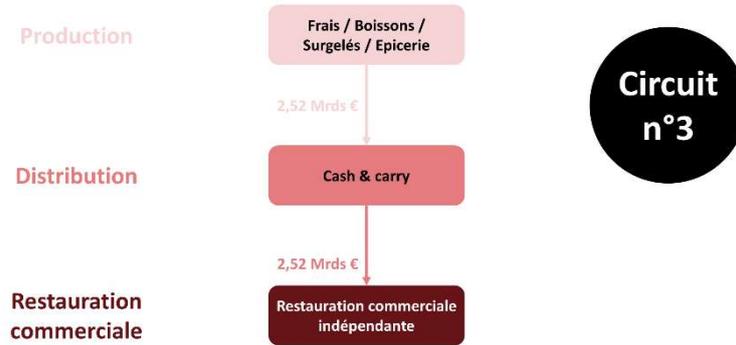
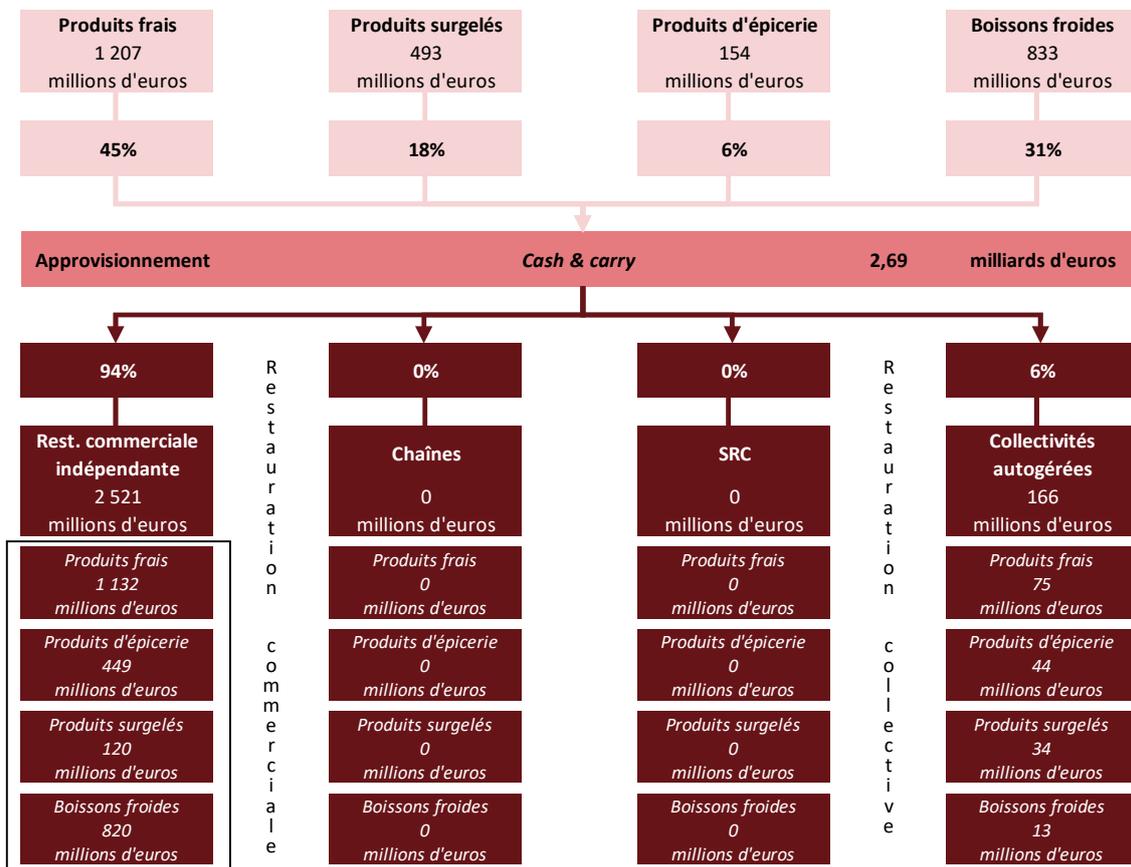


Figure 59 : Circuit dominant n°3 – L’approvisionnement par le cash & carry

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l’ensemble des produits achetés auprès du *cash & carry* par la restauration commerciale indépendante :



Circuit dominant : 2,52 milliards d'euros
(94 % de l'approvisionnement du cash & carry)

Figure 60 : Chiffres-clés de l’approvisionnement par le cash & carry

Le tableau ci-dessous présente l'activité alimentaire des *cash & carry* à destination de la Restauration Hors Foyer (RHF) :

Cash & Carry 2018 (mios € HT)	CA Total	CA CHD F&B	CA RHF F&B	CA RHF Produits frais	CA RHF Produits épicerie	CA RHF Produits surgelés	CA RHF Boissons froides
METRO	4 215	2 460	1 900	858	343	109	590
PROMOCASH	998	630	530	240	95	35	160
TANG FRERES	255	30	25	5	11	4	5
PARIS STORE	124	35	28	6	12	4	6
Indépendants (138)	420	285	204	98	32	2	72
TOTAL	6 012	3 440	2 687	1 207	493	154	833

Tableau 36 : Activité alimentaire des *cash & carry* à destination de la RHF

Circuit n°4 : Achat direct

Le quatrième circuit dominant étudié est celui des achats directs, qui concernent principalement la restauration indépendante (commerciale et collective) :

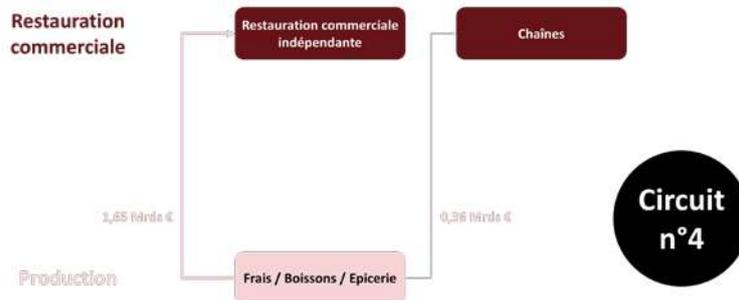


Figure 61 : Circuit dominant n°4 – Les achats directs

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l'ensemble des produits achetés en direct producteurs par la restauration commerciale et collective indépendante :

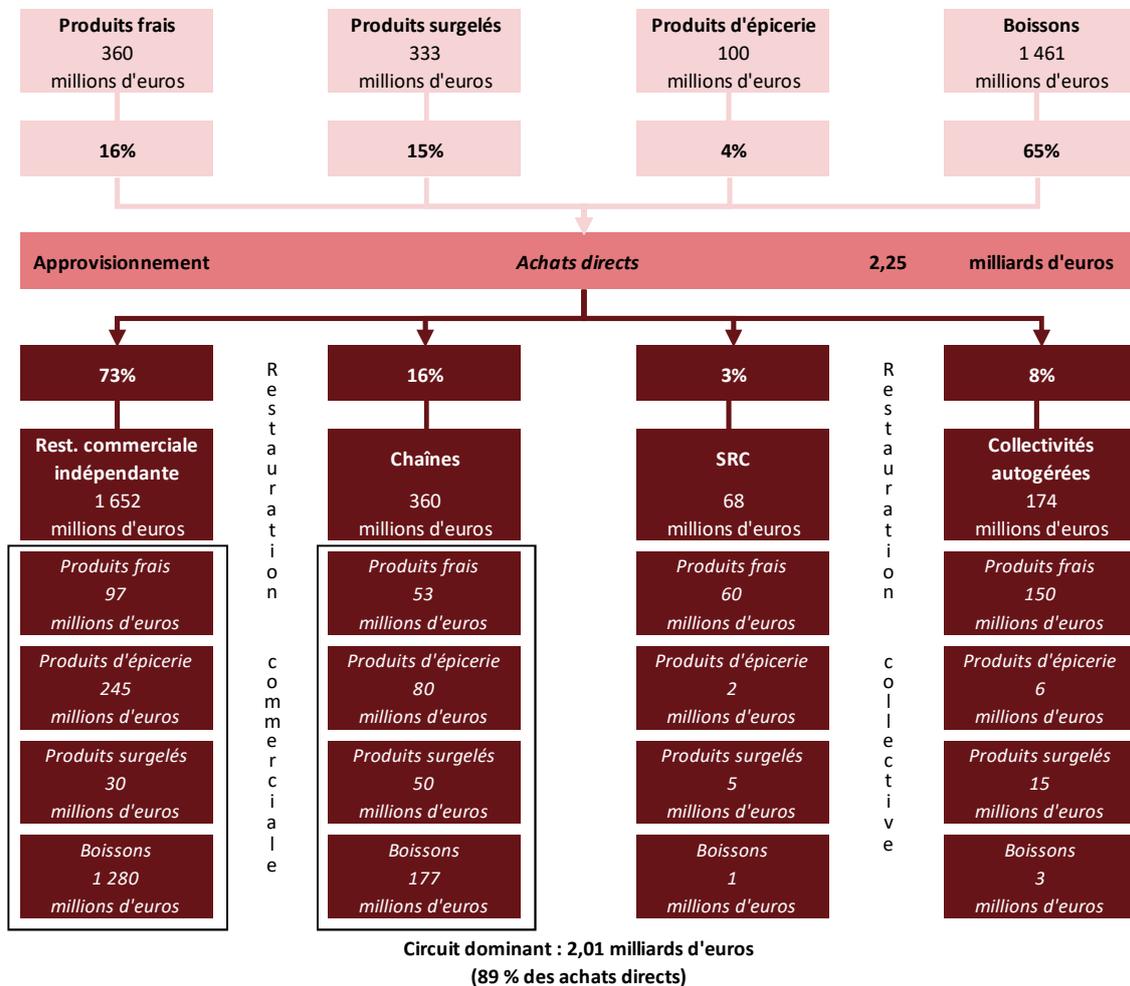


Figure 62 : Chiffres-clés des achats directs

Circuit n°5 : Prestataires logistiques

Le cinquième circuit dominant étudié est celui des grossistes prestataires logistiques, qui approvisionnent principalement la restauration organisée (commerciale et collective) :

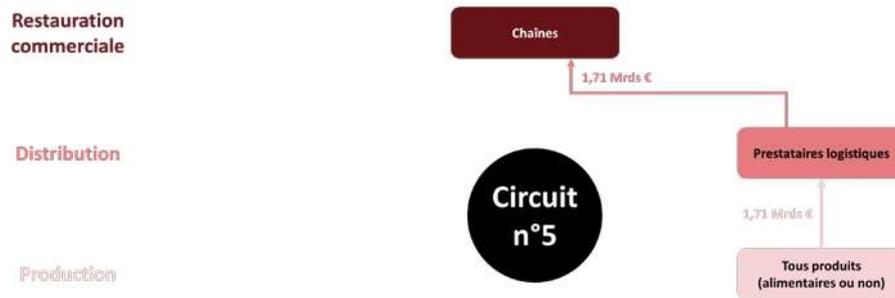
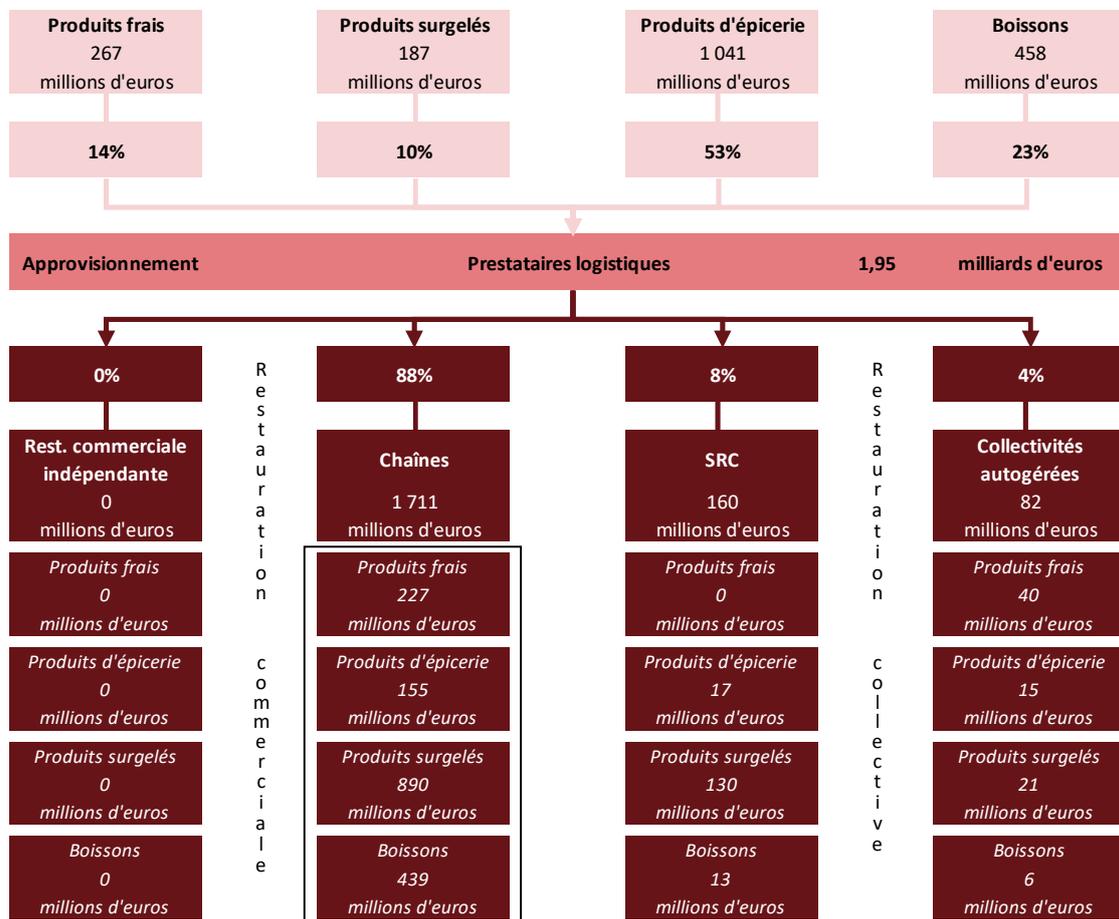


Figure 63 : Circuit dominant n°5 – L'approvisionnement par des prestataires logistiques

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l'ensemble des produits achetés auprès des prestataires logistiques par la restauration commerciale et collective :



Circuit dominant : 1,71 milliard d'euros
(88 % de l'approvisionnement des prestataires logistiques)

Figure 64 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par des prestataires logistiques

Le tableau ci-dessous présente l'activité alimentaire des prestataires logistiques à destination de la Restauration Hors Foyer (RHF) :

Prestataires logistiques 2018 (mios € HT)	CA Total	CA CHD F&B	CA RHF F&B	CA RHF Produits frais	CA RHF Produits épicerie	CA RHF Produits surgelés	CA RHF Boissons froides
MARTIN-BROWER France	1 291	1 291	1 291	193	65	730	303
STEF Logistique Restauration	2 477	418	401	53	98	131	119
LOGISTIMAX	111	111	111	11	0	100	0
PANOPRO / PANACHAT	71	62	62	0	7	35	20
STG Solutions Restauration	170	45	45	6	8	28	3
STACI FOOD	33	31	31	4	9	5	13
ORLYGEL	38	12	12	0	0	12	0
TOTAL	4 191	1 970	1 953	267	187	1 041	458

Tableau 37 : Activité alimentaire des prestataires logistiques à destination de la RHF

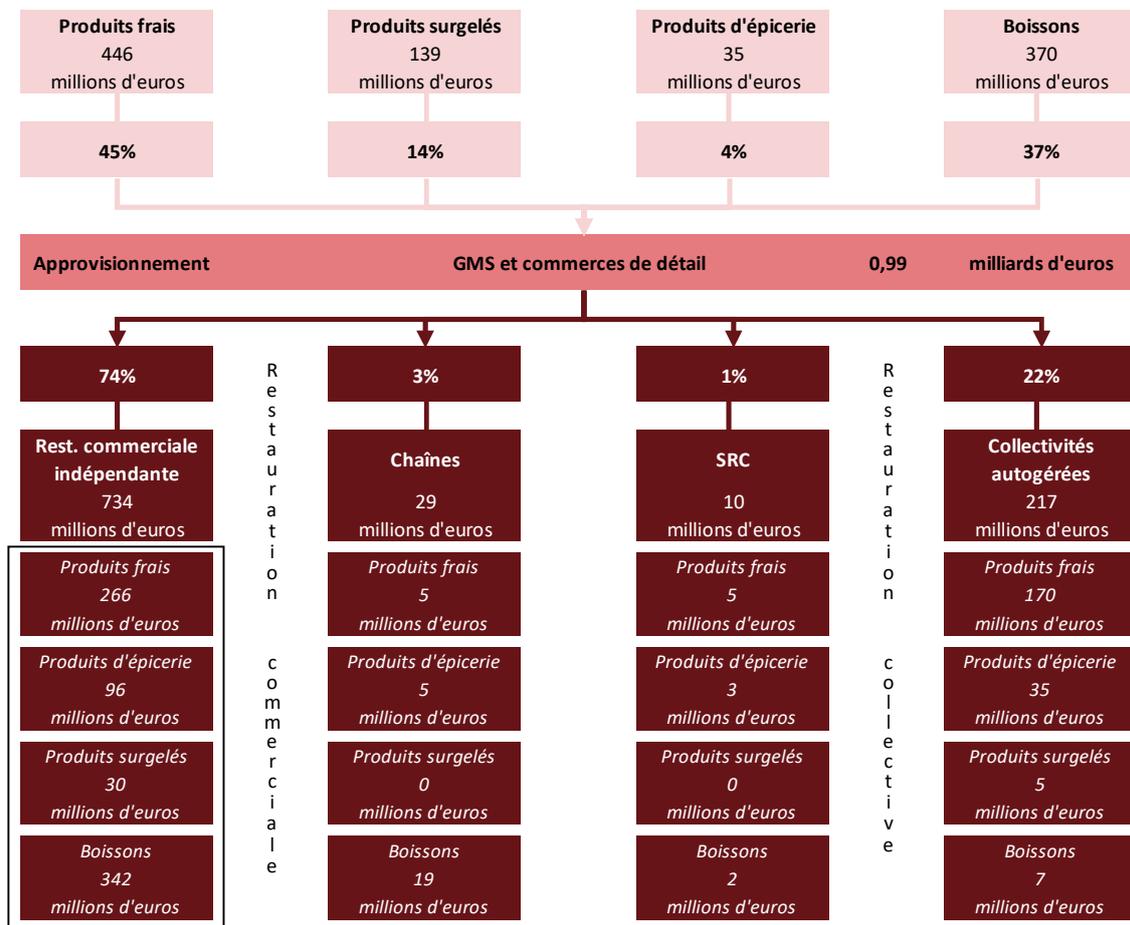
Circuit n°6 : GMS et commerces de détail

Le sixième circuit dominant étudié est celui de la GMS et des commerces de détail, qui approvisionnent principalement la restauration indépendante (commerciale et collective) :



Figure 65 : Circuit dominant n°6 – L’approvisionnement par la GMS et des commerces de détail

Le schéma ci-dessous présente les chiffres de l’ensemble des produits achetés auprès de la GMS et des commerces de détail par la restauration commerciale et collective indépendante :



Circuit dominant : 0,73 milliard d'euros (74 % de l'approvisionnement des GMS et commerces de détail)

Figure 66 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par la GMS et des commerces de détail

Annexe C : Liste des produits alimentaires (classification GIRA Foodservice)

Dans la liste ci-dessous, les produits pour lesquels :

- Des données d'achat en volume ou valeur ne sont pas disponibles sont surlignés en bleu ;
- Les conditionnements sont directement connus sont surlignés en vert.

Numéro	Food/Beverage	Familles 1	Familles 2	Groupes	Catégories	Produits	Température	Technologie
1	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande fraîche	Frais	Frais brut
2	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande surgelée	Surgelé	Surgelé
3	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande élaborée fraîche	Frais	Frais élaboré
4	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande élaborée surgelée	Surgelé	Surgelé
5	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande hachée fraîche	Frais	Frais élaboré
6	Food	Produits carnés	Produits carnés	Viande	Viandes de boucherie	Viande hachée surgelée	Surgelé	Surgelé
7	Food	Produits carnés	Produits carnés	Volaille	Volailles et lapins	Volaille fraîche	Frais	Frais brut
8	Food	Produits carnés	Produits carnés	Volaille	Volailles et lapins	Volaille surgelée	Surgelé	Surgelé
9	Food	Produits carnés	Produits carnés	Volaille	Volailles et lapins	Volaille élaborée fraîche	Frais	Frais élaboré
10	Food	Produits carnés	Produits carnés	Volaille	Volailles et lapins	Volaille élaborée surgelée	Surgelé	Surgelé
11	Food	Produits carnés	Produits carnés	Volaille	Volailles et lapins	Conserves de volaille	Ambiant	Conserve
12	Food	Produits carnés	Produits carnés	Charcuterie & salaisons	Charcuterie & salaisons	Charcuterie & salaisons fraîches	Frais	Frais élaboré
13	Food	Produits carnés	Produits carnés	Charcuterie & salaisons	Charcuterie & salaisons	Charcuterie surgelée	Surgelé	Surgelé
14	Food	Produits carnés	Produits carnés	Charcuterie & salaisons	Charcuterie & salaisons	Charcuterie en conserve	Ambiant	Conserve
15	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Tripes & produits tripiers	Tripes & produits tripiers frais	Frais	Frais brut
16	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Tripes & produits tripiers	Tripes & produits tripiers surgelés	Surgelé	Surgelé
17	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Tripes & produits tripiers	Tripes & produits tripiers en conserve	Ambiant	Conserve
18	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Foie gras	Foie gras frais	Frais	Frais brut
19	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Foie gras	Foie gras surgelé	Surgelé	Surgelé
20	Food	Produits carnés	Produits carnés	Foie gras & produits tripiers	Foie gras	Foie gras en conserve	Ambiant	Conserve
-	Food	Produits carnés	Produits carnés	Grenouilles	Grenouilles	Grenouilles	Surgelé	Surgelé
-	Food	Produits carnés	Produits carnés	Escargots	Escargots	Escargots	Frais	Frais brut
-	Food	Produits carnés	Produits carnés	Escargots	Escargots	Escargots	Surgelé	Surgelé
21	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Poissons	Poissons	Poissons frais	Frais	Frais brut
22	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Poissons	Poissons	Poissons surgelés	Surgelé	Surgelé
23	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Coquillages	Coquillages frais	Frais	Frais brut
24	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Coquillages	Coquillages surgelés	Surgelé	Frais brut
25	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Coquillages & crustacés	Crustacés frais	Frais	Frais brut
26	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Coquillages & crustacés	Crustacés surgelés	Surgelé	Surgelé
27	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Céphalopodes	Céphalopodes frais	Frais	Frais brut
28	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Coquillages & crustacés	Céphalopodes	Céphalopodes surgelés	Surgelé	Surgelé
29	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Produits traiteurs de la mer	Produits traiteurs de la mer	Traiteurs de la mer frais	Frais	Frais élaboré
30	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Produits traiteurs de la mer	Produits traiteurs de la mer	Traiteur de la mer surgelé	Surgelé	Surgelé
31	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Produits traiteurs de la mer	Conserves de la mer	Conserves de la mer	Ambiant	Conserve
-	Food	Produits aquatiques	Produits aquatiques	Produits traiteurs de la mer	Caviar	Caviar	Frais	Frais brut

Numéro	Food/Beverage	Familles 1	Familles 2	Groupes	Catégories	Produits	Température	Technologie
32	Food	Plats cuisinés	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Plats cuisinés	Plats cuisinés frais	Frais	Frais élaboré
33	Food	Plats cuisinés	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Plats cuisinés	Plats cuisinés surgelés	Surgelé	Surgelé
34	Food	Plats cuisinés	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Plats cuisinés	Plats cuisinés ambients	Ambiant	Consève
35	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes frais	Frais	Frais brut
36	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes 4G frais	Frais	Frais élaboré
37	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes en conserve (tomates et champignons)	Ambiant	Consève
38	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes stérilisés	Ambiant	Sec
39	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes surgelés (tomates et champignons)	Surgelé	Surgelé
40	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes	Légumes condiments	Ambiant	Consève
41	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Tomate	Tomates fraîches	Frais	Frais brut
42	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Légumes & herbes aromatiques	Légumes séchés et marinés	Légumes séchés et marinés	Ambiant	Sec
43	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pomme de terre fraîche	Frais	Frais brut
44	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pomme de terre crues blanchies	Frais	Frais élaboré
45	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pommes de terres pasteurisées	Frais	Frais élaboré
46	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pommes de terre stérilisées	Ambiant	Sec
47	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pomme de terre transformée fraîche	Frais	Frais élaboré
48	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pomme de terre surgelée	Surgelé	Surgelé
49	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pommes de terre en conserve	Ambiant	Consève
50	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Pommes de terre et produits de PoT	Pommes de terre	Pomme de terre déshydratée	Ambiant	Déshydraté
51	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Champignons	Champignons	Chips	Ambiant	Déshydraté
52	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Champignons	Champignons	Champignons frais	Frais	Frais brut
53	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Fruits	Fruits	Truffes	Frais	Frais brut
54	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Fruits	Fruits	Fruits frais 4G	Frais	Frais brut
55	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Fruits	Fruits	Fruits transformés frais 5G	Frais	Frais élaboré
56	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Fruits	Fruits	Fruits transformés appertisés	Ambiant	Consève
57	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Fruits	Fruits	Fruits transformés surgelés	Surgelé	Surgelé
58	Food	Produits végétaux	Produits végétaux	Substituts végétaux à la viande	Substituts végétaux à la viande	Fruits secs	Ambiant	Sec
59	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Substituts végétaux à la viande	Frais	Frais brut
60	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Substituts végétaux à la viande	Surgelé	Surgelé
61	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Produits à texture modifiée	Frais	Frais brut
62	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Blé et semoule de couscous	Ambiant	Sec
63	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Riz	Ambiant	Sec
64	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Autres céréales	Ambiant	Sec
65	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales PDJ	Ambiant	Sec
66	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Pâtes sèches	Ambiant	Sec
67	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Pâtes alimentaires	Frais	Frais élaboré
68	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Pâtes alimentaires	Surgelé	Surgelé
69	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Pâtes alimentaires	Ambiant	Sec
70	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Farine de blé	Ambiant	Sec
71	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Farines autres céréales	Ambiant	Sec
72	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Mix de farines	Ambiant	Sec
73	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Lait liquide	Frais	Frais brut
74	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Lait en poudre	Ambiant	Déshydraté
75	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Beurre	Frais	Frais brut
76	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Crème	Frais	Frais brut
77	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Fromage frais	Frais	Frais brut
78	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Fromage surgelé	Surgelé	Surgelé
79	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Ultrafrais	Frais	Frais élaboré
80	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Oeufs frais	Frais	Frais brut
81	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Oeufs & ovoproduits	Frais	Frais élaboré
82	Food	Céréales	Céréales	Céréales	Céréales	Ovoproduits surgelés	Surgelé	Surgelé

Numéro	Food/Beverage	Familles 1	Familles 2	Groupes	Catégories	Produits	Température	Technologie
78	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries industrielles	Produits de BVP de conservation	Viennoiseries sèches	Ambiant	Sec
79	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries industrielles	Produits de BVP de conservation	Pâtisseries sèches	Ambiant	Sec
80	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries industrielles	Produits de BVP de conservation	Viennoiseries surgelées	Surgelé	Surgelé
81	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries industrielles	Produits de BVP de conservation	Pâtisseries surgelées	Surgelé	Surgelé
-	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries fraîches	Viennoiseries fraîches	Viennoiseries fraîches	Frais	Frais élaboré
-	Food	Produits de panification	Céréales	Viennoiseries & pâtisseries fraîches	Pâtisseries fraîches	Pâtisseries fraîches	Frais	Frais élaboré
82	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pains surgelés	Surgelé	Surgelé
83	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pain de mie sec	Ambiant	Sec
84	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pain de mie surgelé	Surgelé	Surgelé
85	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pain burger sec	Ambiant	Sec
86	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pain burger surgelé	Surgelé	Surgelé
87	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Autres pains emballés secs	Ambiant	Sec
88	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Autres pains emballés surgelés	Surgelé	Surgelé
-	Food	Produits de panification	Céréales	Pain industriel	Pain	Pain kebab surgelé	Surgelé	Surgelé
-	Food	Produits de panification	Céréales	Pain frais	Pain	Pain kebab frais	Frais	Frais élaboré
89	Food	Produits de panification	Céréales	Produits traiteur à base de pâtes	Pâtes à pizza	Pâtes à pizza surgelée	Surgelé	Surgelé
90	Food	Produits de panification	Céréales	Produits traiteur à base de pâtes	Pâtes à pizza	Pâtes à pizza fraîche	Frais	Frais élaboré
91	Food	Produits de panification	Céréales	Produits traiteur à base de pâtes	Pâtes à pizza	Pâtes à pizza sèche	Ambiant	Sec
92	Food	Produits de panification	Céréales	Produits traiteur à base de pâtes	Pâtes ménagères	Pâtes ménagères surgelées	Surgelé	Surgelé
93	Food	Produits de panification	Céréales	Biscuits & produits de panification	Biscottes & pains grillés	Biscottes & pains grillés	Ambiant	Sec
94	Food	Produits de panification	Céréales	Biscuits & produits de panification	Produits de BVP de conservation	Biscuits salés	Ambiant	Sec
95	Food	Produits de panification	Céréales	Biscuits & produits de panification	Chapelure & croustons	Chapelure & croustons	Ambiant	Sec
96	Food	Produits de panification	Céréales	Biscuits & produits de panification	Produits de BVP de conservation	Biscuits sucrés	Ambiant	Sec
-	Food	Produits de panification	Céréales	Ingrédients boulangerie-pâtisserie	Ingrédients boulangerie-pâtisserie	Ingrédients boulangerie-pâtisserie	Ambiant	Sec
97	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur à base de pâtes	Produits traiteur à base de pâtes	Feuilletés surgelés	Surgelé	Surgelé
98	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur à base de pâtes	Produits traiteur à base de pâtes	Quiches/tartes/tourtes surgelées	Surgelé	Surgelé
99	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur à base de pâtes	Produits traiteur à base de pâtes	Crêpes salées fourrées surgelées	Surgelé	Surgelé
100	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur à base de pâtes	Produits traiteur à base de pâtes	Pizzas surgelées	Surgelé	Surgelé
101	Food	Produits traiteur	Traiteur	Entrées et salades traiteur	Salades traiteur	Salades traiteur fraîches	Frais	Frais élaboré
102	Food	Produits traiteur	Traiteur	Entrées et salades traiteur	Entrées élaborées	Entrées élaborées fraîche	Frais	Frais élaboré
103	Food	Produits traiteur	Traiteur	Entrées et salades traiteur	Entrées élaborées	Entrées élaborées surgelées	Surgelé	Surgelé
104	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur élaborés	Produits traiteur élaborés	Sandwiches industriels frais	Frais	Frais élaboré
105	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur élaborés	Produits traiteur élaborés	Burger surgelés	Surgelé	Surgelé
106	Food	Produits traiteur	Traiteur	Produits traiteur élaborés	Produits traiteur élaborés	Pasta box industrielles	Frais	Frais élaboré
107	Food	Soupes et potages	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Soupes & potages prêts à l'emploi	Soupes & potages frais	Frais	Frais élaboré
108	Food	Soupes et potages	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Soupes & potages prêts à l'emploi	Soupes & potages ambiant	Ambiant	Liquide
109	Food	Soupes et potages	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Soupes & potages déshydratés	Soupes et potages déshydratés	Ambiant	Déshydraté
110	Food	Soupes et potages	Traiteur	Plats cuisinés & soupes	Soupes & potages prêts à l'emploi	Soupes et potages surgelés	Surgelé	Surgelé
111	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Préparations pour desserts	Préparations pour desserts	Aides culinaires pour desserts	Ambiant	Déshydraté
112	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Préparations pour desserts	Préparations pour desserts	Desserts à préparer	Ambiant	Déshydraté
113	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Préparations pour desserts	Préparations pour desserts	Desserts prêts à consommer	Ambiant	Conservé
-	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Aides culinaires sucrées (levures, arômes, etc.)	Aides culinaires sucrées (levures, arômes, etc.)	Aides culinaires sucrées (levures, arômes, etc.)	Ambiant	Déshydraté
114	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Sauces froides	Sauces froides	Sauces froides (dont ketchup)	Ambiant	Sec
115	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Sauces chaudes	Sauces chaudes	Sauces chaudes (dont sauce tomate)	Ambiant	Sec
-	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Sauces surgelées	Sauces surgelées	Sauces surgelées	Ambiant	Surgelé
116	Food	Aides culinaires	Aides culinaires	Produits d'assaisonnement	Vinaigre	Vinaigre	Ambiant	Liquide

Numéro	Food/Beverage	Familles 1	Familles 2	Groupes	Catégories	Produits	Température	Technologie
117	Food	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Huiles	Ambiant	Liquide
118	Food	Huiles et corps gras	Aides culinaires	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Margarine	Ambiant	Sec
119	Food	Huiles et corps gras	Aides culinaires	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Graisses végétales	Ambiant	Sec
120	Food	Huiles et corps gras	Aides culinaires	Huiles et corps gras	Huiles et corps gras	Graisses animales	Ambiant	Sec
121	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Produits d'assaisonnement	Sel	Sel	Ambiant	Sec
122	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Produits d'assaisonnement	Poivre	Poivre	Ambiant	Sec
123	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Produits d'assaisonnement	Epices	Epices	Ambiant	Sec
-	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Aides culinaires salées (roux, liant, etc.)	Aides culinaires salées (roux, liant, etc.)	Aides culinaires salées (roux, liant, etc.)	Ambiant	Déshydraté
124	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Légumes & herbes aromatiques	Herbes aromatiques	Herbes aromatiques fraîches	Frais	Frais brut
125	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Légumes & herbes aromatiques	Herbes aromatiques	Herbes aromatiques déshydratées	Ambiant	Déshydraté
126	Food	Herbes et épices	Aides culinaires	Légumes & herbes aromatiques	Herbes aromatiques	Herbes aromatiques surgelées	Surgelé	Surgelé
127	Food	Sucre	Produits sucrés	Sucre & édulcorants	Sucre	Sucre	Ambiant	Sec
128	Food	Sucre	Produits sucrés	Sucre & édulcorants	Sucre	Edulcorants	Ambiant	Sec
129	Food	Sucre	Produits sucrés	Produits à tartiner	Sucre	Confitures	Ambiant	Conserve
130	Food	Sucre	Produits sucrés	Chocolat & confiserie	Sucre	Confiseries de sucre	Ambiant	Sec
131	Food	Produits à base de sucre	Produits sucrés	Produits à tartiner	Miel	Miel	Ambiant	Sec
132	Food	Produits à base de sucre	Produits sucrés	Produits à tartiner	Pâtes à tartiner	Pâtes à tartiner	Ambiant	Sec
133	Food	Chocolat	Produits sucrés	Chocolat & confiseries	Chocolat pâtissier et à croquer	Chocolat pâtissier et à croquer	Ambiant	Sec
134	Food	Chocolat	Produits sucrés	Chocolat & confiseries	Barres & billes chocolatées	Barres & billes chocolatées	Ambiant	Sec
135	Food	Glaces	Produits sucrés	Glaces et crèmes glacées	Glaces et crèmes glacées	Glaces et crèmes glacées	Surgelé	Surgelé
136	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Eau embouteillée	Ambiant	Liquide
137	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Jus de fruits ambients	Ambiant	Liquide
138	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Jus de fruits frais	Frais	Frais brut
139	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Jus de fruits surgelés	Surgelé	Surgelé
140	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Soft-drinks	Ambiant	Liquide
141	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Sirops	Ambiant	Liquide
-	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Apéritifs sans alcool	Ambiant	Liquide
-	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Sirops concentrés type pulco	Ambiant	Liquide
-	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Boissons lactées	Ambiant	Liquide
142	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons non alcoolisées	Boissons non alcoolisées	Vins sans alcool	Ambiant	Liquide
143	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Bières	Ambiant	Liquide
144	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Vins tranquilles	Ambiant	Liquide
145	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Champagne & mousseux	Ambiant	Liquide
146	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Cidres	Ambiant	Liquide
-	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Spiritueux	Ambiant	Liquide
-	Beverage	Boissons froides	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Alcool de cuisine et pâtisserie	Ambiant	Liquide
147	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons alcoolisées	Boissons alcoolisées	Vins aromatisés	Ambiant	Liquide
148	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Café	Café torréfié	Ambiant	Sec
149	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Café	Café soluble	Ambiant	Déshydraté
150	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Café	Café surgelé	Ambiant	Surgelé
151	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Thé	Thé	Ambiant	Sec
152	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Chocolat	Chocolat	Ambiant	Sec
153	Beverage	Boissons chaudes	Boissons	Boissons chaudes	Infusions	Infusions	Ambiant	Sec
				Boissons chaudes	Chicorée	Chicorée	Ambiant	Sec

Annexe D : Méthodologie détaillée d'évaluation des quantités d'emballages primaires à usage unique mis sur le marché

➤ **Du produit alimentaire à l'emballage primaire : approche méthodologique**

La méthodologie adoptée consiste à identifier successivement :

- 1. Pour chaque produit alimentaire, les sous-produits associés.** Par exemple, les sous-produits associés au produit « viande élaborée fraîche » sont le bœuf (qui représente 49 % de parts de marché), le veau (21 %), les ovins (9 %) et le porc (30 %). Cette identification est faite dès que nécessaire, sur la base des données disponibles et notamment :
 - Des données GIRA Foodservice pour 28 produits ;
 - Des données de fédérations ou autres acteurs interrogés dans le cadre de l'étude ;
 - Des données bibliographiques quand elles existent⁷¹ ;
- 2. Pour chaque sous-produit, les conditionnements-types associés.** Par exemple, pour le bœuf deux conditionnements-types ont été identifiés : la barquette plastique de contenance 4 kg (d'une part) et la poche plastique de contenance 2,5 kg (d'autre part) ; bien entendu les conditionnements-types identifiés sont uniquement les conditionnements des produits achetés par les professionnels de la restauration. Les sources de données utilisées à cette étape sont :
 - Des données de fédérations ou autres acteurs interrogés dans le cadre de l'étude ;
 - Des données bibliographiques quand elles existent ;
 - Une visite sur site de l'équipe-projet à Rungis (pour les produits frais uniquement) ;
- 3. Pour chaque conditionnement-type, la part des sous-produits concernés (par le conditionnement-type).** Par exemple, il a été estimé que 60 % du bœuf acheté par les professionnels de la restauration était conditionné en barquette plastique de contenance 4 kg, tandis que 40 % était conditionné en poche plastique de contenance 2,5 kg. Pour ces données, les sources sont les mêmes qu'à l'étape précédente ;
- 4. Pour chaque conditionnement-type, le type d'emballage, matériau d'emballage, nature, usage et poids unitaire du conditionnement-type :**
 - **Type** : primaire, secondaire ou tertiaire ;
 - **Matériau** – liste de 12 choix possibles : Acier / Aluminium / Autres / Bois / Carton complexe / Carton / Complexe / Papier / Plastique rigide / Plastique souple / Polystyrène expansé / Verre⁷² ;
 - **Nature** : assimilé ménager ou professionnel. Pour cette dernière distinction, les critères retenus par l'éco-organisme belge VALIPAC ont été repris tels quels dans le cadre de cette étude⁷³ : voir ci-après la distinction des emballages professionnels et assimilés ménagers (partie 1.2.3) ;
 - **Usage** : usage unique ou réemploi ;
 - **Poids unitaire** : en grammes.

⁷¹ Les sources de toutes les données utilisées sont indiquées dans le fichier Excel de travail (transmis à l'ADEME par l'équipe-projet)

⁷² Carton complexe : brique alimentaire ; Complexe : matériau d'emballage composite impossible à classer dans une seule catégorie (exemple des poches en plastique et aluminium mêlés) ; Autres : matériaux d'emballage différent des onze matériaux listés par ailleurs (exemple du grès ou de la céramique).

⁷³ VALIPAC, 2019, Principes de base pour la distinction entre les produits ménagers et industriels

Le tableau ci-dessous récapitule les quatre étapes suivies pour quantifier les emballages primaires associés à chaque produit alimentaire (*food & beverage*) :

Etapes méthodologiques	Principales sources de données
1. Identification des sous-produits	<ul style="list-style-type: none"> • GIRA Foodservice • Fédérations ou autres acteurs interrogés dans le cadre de l'étude • Etudes bibliographiques
2. Identification des conditionnements-types	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Idem</i>
3. Identification de la part de sous-produits concernés par chaque conditionnement-type	<ul style="list-style-type: none"> • Visite sur site à Rungis (pour les produits frais uniquement)
4. Identification le type d'emballage, matériau d'emballage, nature, usage et poids unitaire de chaque conditionnement-type	<ul style="list-style-type: none"> • Etudes bibliographiques • Fédérations professionnelles de l'emballages • Catalogues de fabricants d'emballages • Fiches techniques des produits • Pesées de l'équipe-projet

Tableau 38 : Méthodologie de quantification des emballages primaires

➤ Données disponibles par produits

Sur les 153 produits alimentaires (*food & beverage*) distingués par GIRA Foodservice et pour lesquels il y a des données d'achat de la restauration (en volume et en valeur), il en existe :

- 30 pour lesquels GIRA Foodservice dispose d'une information sur le conditionnement des produits : cela signifie que les trois premières étapes de l'approche méthodologique décrite ci-dessus sont couvertes par des données GIRA. Par définition dans le cadre de cette étude, ces produits seront dits « connus » ;
- 123 produits pour lesquels GIRA Foodservice ne dispose pas d'une information sur le conditionnement des produits. Par définition dans le cadre de cette étude, ces produits seront dits « inconnus ».

Le tableau ci-dessous présente les parts de marché respectives et la méthodologie associée à ces différents produits :

	Produits « connus »	Produits « inconnus »
Nombre de produits	30	123
Volume de produits (ktonnes)	4 110	3 102
Part de marché (volume)	57 %	43 %
Valeur (milliards d'euros HT)	11,69	11,63
Part de marché (valeur)	50 %	50 %
Information de conditionnement	A disposition de GIRA Foodservice	Recherchée spécifiquement

Tableau 39 : Connaissance des conditionnements par produit

➤ Produits « connus »

Pour les produits « connus », les données de conditionnement détenues par GIRA Foodservice ont été reprises telles quelles, à l'exception des retraitements suivants qui ont été effectués :

- Pour certains produits comme les légumes surgelés, certains conditionnements-types ont été regroupés par tranches : par exemple, « sachet plastique de 500 g et moins », « sachet plastique de 600 g à 1 kg », « sachet plastique de 1,3 kg à 2,4 kg », etc. Ceci évite d'avoir pour un même produit une infinité de conditionnements différents ;
- Pour les boissons, la distinction entre l'usage unique et le réemploi a été faite grâce à des données fournies par la Fédération Nationale des Boissons (FNB) : des données de l'année 2017 en volume (UVC) ont permis de calculer des parts de marché par produit et conditionnement-type. A noter à ce sujet que :
 - Ce sont majoritairement les conditionnements en verre qui peuvent être « réemploi » ou « usage unique » : les conditionnements en plastique sont à quasiment 100 % « usage unique », tout comme les canettes en aluminium ; à l'inverse les fûts de bière ou les citernes en métal sont pratiquement à 100 % de « réemploi » ;
 - Le réemploi n'existe que pour les boissons suivantes : eaux embouteillées, soft-drinks, jus de fruits ambiants, vins tranquilles, bières, cidres. Il n'existe pas, ou très marginalement, pour les autres boissons froides : champagnes et mousseux, sirops, spiritueux, jus de fruits frais, jus de fruits surgelés.

Les données de conditionnement sont remontées directement à GIRA par les distributeurs approvisionnant la restauration. GIRA Foodservice traite et consolide des bases de données de vente, qui dans certains cas contiennent des informations relatives au conditionnement des produits. A titre d'exemple, la capture d'écran ci-dessous illustre ce que GIRA recueille comme données auprès des distributeurs :

Réseau	Secteur	Mode de gestion	CAT	Article	Sous-article	Libellé	Cond	Marques	CA	Quantités factur	Poids (Kg)
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 1,5L	BTL	Cristaline		23 034	35 242
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 1,5L	BTL	Cristaline		6 828	10 447
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 1,5L	BTL	Cristaline		1 644	2 515
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 1,5L	BTL	Cristaline		12 858	19 673
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 50cl	BTL	Cristaline		14 760	7 660
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 50cl	BTL	Cristaline		43 152	22 396
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Plates natures	Eau de source PET 50cl	BTL	Cristaline		6 600	3 425
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Eau source gazéifiée PET 1,5l	BTL	Cristaline		186	298
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Eau source gazéifiée PET 1,5l	BTL	Cristaline		1 280	2 016
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Eau source gazéifiée PET 1,5l	BTL	Cristaline		120	192
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 1 L	BTL	Badoit		12	13
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 1 L	BTL	Badoit		18	19
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 1 L	BTL	Badoit		6	6
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 1 L	BTL	Badoit		42	45
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 33cl	BTL	Badoit		270	98
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Badoit PET 33cl	BTL	Badoit		150	54
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Eau source gazéifiée PET 50c	BTL	Cristaline		120	64
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Eaux minerales de source	Gazeuses natures	Eau source gazéifiée PET 50c	BTL	Cristaline		432	229
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola 33cl	CAN	Coca Cola		48	18
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola 33cl	CAN	Coca Cola		3 336	1 234
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola 33cl	CAN	Coca Cola		504	186
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola light 33cl	CAN	Coca Cola		192	69
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola PET 1,5L	BTL	Coca Cola		534	870
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola PET 1,5L	BTL	Coca Cola		168	274
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola PET 1,5L	BTL	Coca Cola		240	391
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola PET 1,5L	BTL	Coca Cola		930	1 516
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola light PET 1L5	BTL	Coca Cola		18	28
RHD	Collective	Autogéré	BOI	Soft drinks gazeux	Colas	Coca Cola light PET 1L5	BTL	Coca Cola		156	242

Figure 67 : Exemple de base de données recueillie, traitée et consolidée par GIRA⁷⁴

⁷⁴ Les données de chiffre d'affaires sont masquées car confidentielles. Quant aux données de poids, elles correspondent au poids des produits et sont utilisées par GIRA pour estimer la quantité de produits achetées par les structures de restauration commerciale et collective.

➤ Produits « inconnus »

Pour les 123 produits dont le conditionnement n'est pas connu ni extrapolable à partir des produits connus, des recherches spécifiques ont été menées produit par produit. Un fichier Excel a été construit comprenant un onglet par produit, tous construits sur le modèle suivant :

- **Etape 1 :** identification des sous-produits associés à chaque produit. Exemple ci-dessous pour le produit « viande élaborée fraîche » :

Sous-produits	Nom	Part de marché (%)	Volume associé sous-produit (tonnes)	UVC associées sous-produit (millions)
Sous-produit 1	Bœuf	40%	4 780	1,48
Sous-produit 2	Veau	21%	2 510	0,78
Sous-produit 3	Ovins	9%	1 076	0,33
Sous-produit 4	Porc	30%	3 585	1,11
Sous-produit 5			0	0,00
Sous-produit 6			0	0,00
Sous-produit 7			0	0,00
Sous-produit 8			0	0,00
TOTAL		100%	11 950	3,70

- **Etapes 2 et 3 :** identification des conditionnements-types associés à chaque sous-produit et la part de sous-produits concernés. Exemple ci-dessous pour le sous-produit « bœuf » :

Sous-produit 1	Nom	Type d'emballage	Part de sous-produits concernés (%)	Volume associé sous-produit (tonnes)	Contenance unitaire emballage (g ou cL)	UVC associées sous-produit (millions)
Bœuf						
Conditionnement-type 1	Barquette plastique de 4kg	Primaire	60%	2 868	4 000	0,72
Conditionnement-type 2	Poche plastique de 2,5 kg	Primaire	40%	1 912	2 500	0,76
Conditionnement-type 3				0		0,00
Conditionnement-type 4				0		0,00
Conditionnement-type 5				0		0,00
Conditionnement-type 6				0		0,00
TOTAL				4 780		1,48

- **Etape 4 :**
 - Identification du type d'emballage : cette information a été placée juste après le nom du conditionnement-type (voir ci-dessus) ;
 - Identification du matériau d'emballage, de la nature, de l'usage et du poids unitaire du conditionnement-type – ces informations figurent à suivre, dans le même onglet de fichier Excel :

Sous-produit 1	Nom	Type d'emballage	Matériau	Usage unique / réemploi	Poids unitaire emballage (grammes)	Poids total emballages (kg)
Bœuf						
Conditionnement-type 1	Barquette plastique de 4kg	Primaire	Plastique rigide	Usage unique	180	129 060
Conditionnement-type 2	Poche plastique de 2,5 kg	Primaire	Plastique souple	Usage unique	15	11 472
Conditionnement-type 3						
Conditionnement-type 4						
Conditionnement-type 5						
Conditionnement-type 6						
TOTAL						140 532

A noter :

- Les cellules grisées dans le fichier Excel correspondent à des formules de calcul, tandis que les cellules à fond blanc correspondent à une saisie manuelle ;
- Une liste complète de conditionnements-types a été regroupée en un seul onglet du fichier, de façon à « factoriser » toutes les informations associées à chaque conditionnement-type (sauf sa nature – ménagère ou industrielle – qui est dépendante de chaque produit).

➤ Liste complète des conditionnements-types

Cette liste regroupe 480 conditionnements, pour lesquels sont consignées des informations de matériau, usage et poids unitaires de l'emballage vide (en grammes).
Les principales sources utilisées pour recueillir ces informations sont les suivantes :

- Données bibliographiques, dont :
 - ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile - Présentation des données 2018 ;
 - VAL-I-PAC, 2019, Panorama des poids standard des emballages industriels ;
- Données transmises par des fédérations professionnelles de l'emballages :
 - Syndicat National des Fabricants de Boîtes, emballages et bouchages Métalliques (SNFBM) ;
 - Syndicat des Industriels français de l'Emballage Léger en bois (SIEL) ;
 - EPAL France ;
- Catalogues de fabricants d'emballages : Auer Packaging, Massilly, Packvert, etc.
- Fiches techniques des produits : dans les données logistiques, la différence entre le poids « brut » et le poids « net » donne le poids du conditionnement du produit ;
- Pesées de l'équipe-projet.

Enfin des règles de trois ont été effectuées, dès que nécessaires, pour extrapoler le poids unitaire d'un conditionnement inconnu à partir du poids d'un conditionnement connu.

Food / Beverage	Conditionnement-type	Contenance unitaire (grammes ou cl)	Unité	Matériau	Usage unique/réemploi	Poids unitaire (grammes)	Source
Beverage	Boite 33	33	cl	Acier	Usage unique	20,6	ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile – Présentation des données 2018
Beverage	Boite 50	50	cl	Acier	Usage unique	18,3	ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile – Présentation des données 2018
Beverage	Bidon 75	75	cl	Acier	Usage unique	105	SNFBM, 2021, Données transmises dans le cadre de l'étude
Beverage	Bidon 100	100	cl	Acier	Usage unique	125	SNFBM, 2021, Données transmises dans le cadre de l'étude
Beverage	Boite métal 150	150	g	Acier	Usage unique	65,0	SNFBM, 2021, Données transmises dans le cadre de l'étude
Beverage	Boite métal 250	250	g	Acier	Usage unique	108,3	Règle de trois à partir de la boîte 150 grammes
Beverage	Bidon 400	400	cl	Acier	Usage unique	315	SNFBM, 2021, Données transmises dans le cadre de l'étude
Beverage	Bidon 500	500	cl	Acier	Usage unique	415	SNFBM, 2021, Données transmises dans le cadre de l'étude
Beverage	Dosette aluminium 7	7	g	Aluminium	Usage unique	1,0	Pesée équipe projet
Beverage	Boite 15	15	cl	Aluminium	Usage unique	9,7	ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile – Présentation des données 2018
Beverage	Boite 25	25	cl	Aluminium	Usage unique	11,4	ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile – Présentation des données 2018
Beverage	Boite 35,5	36	cl	Aluminium	Usage unique	22,2	Règle de trois à partir de la canette 33 cl.
Beverage	Boite carton 150	150	g	Carton	Usage unique	19,2	Règle de trois à partir de la boîte carton 250
Food	Pot plastique de 1,5kg	1 500	g	Plastique rigide	Usage unique	46,0	Auer Packaging, Seau rond 0,95 litre (1,43 kg de capacité) : https://www.auer-packaging.com/fr/fr/Seaux-ronds/ER-0,95-132DK.h
Food	Seau plastique 4kg	4 000	g	Plastique rigide	Usage unique	110,0	Auer Packaging, Seau rond 2,6 litres (3,9 kg de capacité) : https://www.auer-packaging.com/fr/fr/Seaux-ronds/ER-2,6-200DK.htm
Food	Pot plastique de 1,7kg	1 700	g	Plastique rigide	Usage unique	50,0	Auer Packaging, Seau rond 1,18 litre (1,77 kg de capacité) : https://www.auer-packaging.com/fr/fr/Seaux-ronds/ER-1,18-132DK.h
Food	Pot plastique de 1,96kg	1 960	g	Plastique rigide	Usage unique	57,6	Règle de 3 à partir du pot de 1,7kg
Food	Pot plastique de 3,5kg	3 500	g	Plastique rigide	Usage unique	93,9	Règle de 3 à partir du pot de 4,1 kg
Food	Bliester plastique de 27g	27	g	Plastique souple	Usage unique	1,0	Pesée équipe projet
Food	Bliester plastique de 30g	30	g	Plastique souple	Usage unique	1,0	Pesée équipe projet

Figure 68 : Exemple de conditionnements-type de la liste constituée dans le cadre de l'étude (480 conditionnements-types)

➤ **Part des emballages primaires à usage unique restant en cuisine**

Le tableau ci-dessous présente les hypothèses retenues – à dire d’expert – pour évaluer la part des emballages primaires à usage unique restant en cuisine (par opposition aux emballages « perçus » par le consommateur).

Produits	Part des emballages restant en cuisine
Viande	100%
Volaille	100%
Charcuterie & salaisons	100%
Foie gras & produits tripiers	100%
Poissons	100%
Coquillages & crustacés	100%
Produits traiteurs de la mer	100%
Plats cuisinés & soupes	100%
Légumes & herbes aromatiques	100%
Pommes de terre et produits de PdT	100%
Champignons	100%
Fruits	95%
Céréales	100%
Pâtes alimentaires	100%
Farine	100%
Ingrédients laitiers	80%
Fromage	95%
Ultrafrais	100%
Oeufs & ovoproduits	100%
Viennoiseries & pâtisseries industrielles	100%
Pain industriel	100%
Produits traiteur à base de pâtes	100%
Biscuits & produits de panification	100%
Entrées et salades traiteur	80%
Produits traiteur élaborés	80%
Préparations pour desserts	100%
Sauces froides	100%
Sauces chaudes	100%
Produits d'assaisonnement	100%
Huiles et corps gras	100%
Sucre & édulcorants	100%
Produits à tartiner	100%
Chocolat & confiseries	100%
Glaces et crèmes glacées	100%

Produits	Part des emballages restant en cuisine
Boissons non alcoolisées	10%
Boissons alcoolisées	10%
Boissons chaudes	50%
CVA	30%

Tableau 40 : Part des emballages primaires à usage unique restant en cuisine (par groupe de produits)

Annexe E : Table de correspondance avec l'étude ADEME-Citeo : Gisement des emballages de la consommation hors domicile

Le tableau ci-dessous présente la table de correspondance utilisée entre les différents segments de la restauration :

GIRA Foodservice			ADEME-Citeo	
Secteur	Sous-secteur	Segments associés (85 au total)	Secteur	Segments associés
Restauration collective	Restauration du Travail	Industrie	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du Travail	Tertiaire	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du Travail	Administrations	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du Travail	Restaurants municipaux	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du Travail	Formation professionnelle	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du Travail	Foyers de travailleurs	Restauration collective	R. collective d'entreprise
Restauration collective	Restauration du secteur Santé	Hôpitaux publics	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Santé	Cliniques privées	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets publics pour personnes âgées	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets privés pour personnes âgées	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets adultes handicapés	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	CAT et ateliers protégés	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets adultes en difficulté	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets enfants handicapés	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Ets enfants en difficulté	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Social	Crèches	Restauration collective	R. collective santé/sociale
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Ecoles primaires publiques	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Centres de loisirs	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Groupes scolaires privés	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Ecoles secondaires publiques	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Centres universitaires	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Ecoles supérieures	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration du secteur Enseignement	Ecoles agricoles	Restauration collective	R. collective scolaire
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	Ets de tourisme social		
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	Centres de vacances		
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	Auberges de jeunesse		
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	MJC		
Restauration collective	Autres segments	Armées		
Restauration collective	Autres segments	CRS		
Restauration collective	Autres segments	Sécurité Civile		
Restauration collective	Autres segments	Prisons		
Restauration collective	Autres segments	Education surveillée		
Restauration collective	Autres segments	Communautés religieuses		

GIRA Foodservice				ADEME-Citeo	
Secteur	Sous-secteur	Segments associés (85 au total)	Secteur	Segments associés	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Cafés Restaurants	Restauration à table	Café/bar	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Brasseries	Restauration à table	Brasserie	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Restaurants traditionnels	Restauration à table	Restaurant (traditionnel, crêperie, pizzeria...)	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Restaurants gastronomiques	Restauration à table	Restaurant (traditionnel, crêperie, pizzeria...)	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Pizzerias	Restauration à table	Restaurant (traditionnel, crêperie, pizzeria...)	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Grills	Restauration à table	Restaurant (traditionnel, crêperie, pizzeria...)	
Restauration commerciale	Restauration Service à Table	Autres formules de Restauration à Thème	Restauration à table	Restaurant (traditionnel, crêperie, pizzeria...)	
Restauration commerciale	Restauration self-service	Cafétéria	Restauration rapide	Cafétéria	
Restauration commerciale	Restauration rapide	Fast food hamburger : burger	Restauration rapide	Fast-food (burgers)	
Restauration commerciale	Restauration rapide	Sandwicheries	Restauration rapide	Sandwicherie	
Restauration commerciale	Restauration rapide	Livraison de pizzas			
Restauration commerciale	Restauration rapide	Ets snacking divers : sushis	Restauration rapide	Kebab	
Restauration commerciale	Restauration rapide	Ets snacking divers : kebabs			
Restauration commerciale	Restauration rapide	Ets snacking divers : snacking à thème			
Restauration commerciale	Restauration rapide	Cafés-Bistros			
Restauration commerciale	Restauration d'hébergement	Hôtellerie	Restauration à table	Hôtel	
Restauration commerciale	Restauration d'hébergement	Résidences de tourisme			
Restauration commerciale	Restauration d'hébergement	Terrains de camping			
Restauration commerciale	Restauration d'hébergement	Gîtes ruraux et chambres d'hôtes			
Restauration commerciale	Restauration de transport	Stations-service			
Restauration commerciale	Restauration de transport	Autoroutes			
Restauration commerciale	Restauration de transport	Buffets de gare			
Restauration commerciale	Restauration de transport	Aérogares			
Restauration commerciale	Restauration de transport	A bord des trains			
Restauration commerciale	Restauration de transport	A bord des avions			
Restauration commerciale	Restauration de transport	A bord des bateaux			
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Parcs de loisirs	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Casinos	Discothèques, pubs, nuit	Discothèque, pub, établissement de nuit	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Discothèques	Discothèques, pubs, nuit	Discothèque, pub, établissement de nuit	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Cabarets	Discothèques, pubs, nuit	Discothèque, pub, établissement de nuit	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Musées	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Cinémas	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Sites/complexes culturels	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Sites et monuments historiques	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Parcs des expositions	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Centres de congrès	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Complexes sportifs	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	
Restauration commerciale	Restauration sur sites de concession	Hippodromes	Loisirs	Cinéma, parc ou salle de loisirs, salle de sport	

GIRA Foodservice				ADEME-Citeo	
Secteur	Sous-secteur	Segments associés (85 au total)	Secteur	Segments associés	
Circuits de vente alternatifs	Tabac-presse	Tabac-presse	Libre service	Station-service (boutique)	
Circuits de vente alternatifs	Stations-services	Sur autoroute	Libre service	Station-service (boutique)	
Circuits de vente alternatifs	Stations-services	Sur bord de route / en ville	Restauration rapide	Boulangerie, pâtisserie	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Boulangeries-pâtisseries	Restauration rapide	Boulangerie, pâtisserie	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Terminaux de cuisson	Restauration rapide	Salon de thé, glacier, coffee bar	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Confiseries	Restauration rapide	Livraison / vente à emporter / traiteur	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Charcutiers traiteurs	Libre service	Supermarché, épicerie	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Magasins alimentation générale	Libre service	Supermarché, épicerie	
Circuits de vente alternatifs	Commerces alimentaires	Supérettes			
Circuits de vente alternatifs	Ambulants et saisonniers	Vendeurs saisonniers			
Circuits de vente alternatifs	Ambulants et saisonniers	Ambulants sur marché			
Circuits de vente alternatifs	Ambulants et saisonniers	Friteries			
Circuits de vente alternatifs	Ambulants et saisonniers	Camions pizza			
Circuits de vente alternatifs	Ambulants et saisonniers	Camions ambulants	Libre service	Distributeur automatique	

Annexe F : Méthodologie détaillée d'évaluation des quantités d'emballages secondaires et tertiaires à usage unique mis sur le marché

➤ Hypothèses d'emballages secondaires et tertiaires des boissons

A chaque emballage primaire de boisson, un emballage secondaire et un emballage tertiaire types ont été affectés. Cette affectation a été réalisée sur la base des retours adhérents de la FNB, complétés par des recherches propres de l'équipe projet pour les emballages primaires restés sans retour. Le tableau suivant est un extrait du fichier complet d'hypothèses d'emballages secondaires et tertiaires des boissons :

Groupes	Produits	Emballages primaires (E1)	Contenance unitaire emballage (grammes ou cl.)	Emballages secondaires (E2)	Nombre d'emballages primaires pour un emballage secondaire	Emballages tertiaires (E3)	Nombre d'emballages primaires ou secondaires pour un emballage tertiaire
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 25	25	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 25	25	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 25	25	Carton 24 bouteilles	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	70
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 25	25	Aucun	0	Caisse 24 bouteilles 25 cl	24
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 33	33	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 33	33	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 33	33	Carton 24 bouteilles	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	70
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 33	33	Aucun	0	Caisse 24 bouteilles 33 cl	24
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 50	50	Plateau carton 24 canettes	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Boite 50	50	Film plastique plateau carton	24	e bois 1500 kg (modèle Europi	95
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 50	50	Carton 12 bouteilles	12	e bois 1500 kg (modèle Europi	108
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 50	50	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 50 cl	12
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 65	65	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europi	96
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 65	65	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 65 cl	12
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 75	75	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europi	96
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 75	75	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 75 cl	12
Boissons alcoolisées	Bières	Verre perdu 100	100	Carton 6 bouteilles	6	e bois 1500 kg (modèle Europi	96
Boissons alcoolisées	Bières	Verre conigné 100	100	Aucun	0	Caisse 12 bouteilles 100 cl	12
Boissons alcoolisées	Bières	Fût bière 5	500	Aucun	0	e bois 1500 kg (modèle Europi	24
Boissons alcoolisées	Bières	Fût bière 6	600	Aucun	0	e bois 1500 kg (modèle Europi	24
Boissons alcoolisées	Bières	Fût bière 8	800	Aucun	0	e bois 1500 kg (modèle Europi	24

Figure 69 : Données d'emballages secondaires et tertiaires pour les boissons (extrait)

A noter que ce travail d'affectation d'emballages secondaires et tertiaires à des emballages primaires inclut tous les types d'emballages secondaires et tertiaires : à usage unique et réemployés. Le même tableau d'hypothèses sert donc à l'évaluation des deux gisements (usage unique et réemploi).

➤ Hypothèses de poids moyens de produits par emballage secondaire / tertiaire

Pour évaluer la quantité de cartons de regroupement et palettes utilisés par les professionnels de la restauration, une vingtaine de fiches techniques et logistiques ont d'abord été utilisées, pour calculer le poids moyen de produits placés dans un carton de regroupement et sur une palette. Le tableau ci-dessous présente les données ainsi recueillies :

Produits	Emballages primaires (E1)	Contenance unitaire emballage (grammes ou cl)	Emballages secondaires (E2)	Nombre d'emballages primaires pour un emballage secondaire	Poids présent dans un emballage secondaire (kg)	Emballages tertiaires (E3)	Nombre d'emballages secondaires pour un emballage tertiaire	Poids présent sur la palette (kg)	Source
Fromage frais	Barquette plastique de 1kg	1 000 g	Carton de regroupement	2	2	Palette lourde	100	200	Fiche technique et logistique ⁷⁵
Farine de blé	Sachet papier de 1kg	1 000 g	Carton de regroupement	10	10	Palette lourde	99	990	Fiche technique et logistique ⁷⁶
Poissons surgelés	Caisse carton de 1 kg	1 000 g	Carton de regroupement	5	5	Palette lourde	96	480	Fiche technique et logistique ⁷⁷
Conserves de volaille	Boîte métal 4/4	765 g	Carton de regroupement	12	9	Palette lourde	60	551	Fiche technique et logistique ⁷⁸
Pain de mie sec	Sachet plastique 500g	500 g	Carton de regroupement	16	8	Palette lourde	32	256	Fiche technique et logistique ⁷⁹
Miel	Pot plastique de 1 kg	1 000 g	Carton de regroupement	6	6	Palette lourde	90	540	Fiche technique et logistique ⁸⁰
Sauces chaudes	Brique 100	100 cl	Carton de regroupement	8	1	Palette lourde	90	72	Fiche technique et logistique ⁸¹
Charcuterie & salaisons fraîches	Sachet plastique de 1 kg	1 000 g	Carton de regroupement	2	2	Palette lourde	120	240	Fiche technique et logistique ⁸²

⁷⁵ <https://www.ladaria.it/wp-content/uploads/2019/07/stracciarella-FRA.pdf>

⁷⁶ https://www.episaveurs.fr/system/files/2020-12/Produits/produits-133072-Farine-ble-T55-sac-1KGx10-Bliche-Colombe-FT_.pdf

⁷⁷ pave-de-filets-de-poisson-blanc-napolitain-cuit-a-coeur-msc-125-g_0193681-pf_technical.pdf (groupe-pomona.fr)

⁷⁸ Feyel-Artzner, GÉSIERS DE VOLAILLE CONFITS EN BOÎTE RONDE 4/4 765 G / CONSERVE

⁷⁹ pain-de-mie-en-tranche-10-x-10-cm-en-paquet-500-g-jacquet_0189415-es_technical.pdf (groupe-pomona.fr)

⁸⁰ miel-liquide-de-fleurs-en-pot-1-kg-episaveurs_0100180-es_technical.pdf (groupe-pomona.fr)

⁸¹ sauce-aux-champignons-de-paris-en-brique-1-l-chef_0209905-es_technical.pdf (groupe-pomona.fr)

⁸² jesus-a-l-ancienne-vpf-1-kg-env-la-grande-charcuterie_0131060-pf_technical.pdf (groupe-pomona.fr)

Produits	Emballages primaires (E1)	Contenance unitaire emballage (grammes ou cl)	Emballages secondaires (E2)	Nombre d'emballages primaires pour un emballage secondaire	Poids présent dans un emballage secondaire (kg)	Emballages tertiaires (E3)	Nombre d'emballages secondaires pour un emballage tertiaire	Poids présent sur la palette (kg)	Source
Viande élaborée fraîche	Sachet plastique de 1 kg	1 000 g	Carton de regroupement	10	10	Palette lourde	64	640	Fiche technique et logistique ⁸³
Ovoproduits frais	Bouteille plastique 1kg	1 000 g	Carton de regroupement	6	6	Palette lourde	120	720	Fiche technique et logistique ⁸⁴
Plats cuisinés frais	Barquette plastique de 350g	350 g	Carton de regroupement	6	2	Palette lourde	108	227	Fiche technique et logistique ⁸⁵
Légumes 4G frais	Sachet plastique de 1 kg	1 000 g	Carton de regroupement	8	8	Palette lourde			Fiche technique et logistique ⁸⁶
Huiles	Bouteille plastique 1L	100	Carton de regroupement	15	2	Palette lourde	45	68	Fiche technique et logistique ⁸⁷
Chocolat à pâtisser et à croquer	Papier de 200g	200	Carton de regroupement	20	4	Palette lourde	198	792	Fiche technique et logistique ⁸⁸
Desserts à préparer	Boite carton 890g	890	Carton de regroupement	6	5	Palette lourde	48	256	Fiche technique et logistique ⁸⁹
Chapelures & croustons	Sachet plastique de 1 kg	1 000	Carton de regroupement	10	10	Palette lourde	60	600	Fiche technique et logistique ⁹⁰
Glaces et crèmes glacées	Barquette plastique 1,6 kg	1 600	Carton de regroupement	8	13	Palette lourde	48	614	Fiche technique et logistique ⁹¹

⁸³ [aiguillette-de-poulet-20-60-g_0196139-pf_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁸⁴ [jaune-d-oeuf-liquide-odf-1-kg-cocotine_0207649-pf_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁸⁵ [ratatouille-quinoa-350-g_0228708-pf_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁸⁶ L'Essentiel Fruits & Légumes 4ème et 5ème gammes - 2ème Édition (yumpu.com)

⁸⁷ [huile-de-tournesol-et-d-olive-bio-en-bouteille-1-l-amphora_0222105-es_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁸⁸ [chocolat-noir-52-en-tablette-200-g-cemai_0231453-es_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁸⁹ [clafoutis-en-boite-890-g-alsa_0043544-es_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁹⁰ [chapelure-brune-en-sachet-1-kg-vivien-paille_0153378-es_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

⁹¹ [le-sorbet-framboise-bio-2-5-l-1-625-kg-ma-tres-bonne-glace_0192467-pf_technical.pdf \(groupe-pomona.fr\)](#)

Tableau 41 : Données d'emballages secondaires et tertiaires pour une vingtaine de produits (hors boissons)

A partir de ce tableau, les poids moyens suivants ont été calculés :

- **Poids moyen de produits alimentaires par carton de regroupement : 6 kg.** Ce poids moyen a été appliqué uniquement aux produits concernés par un carton de regroupement (tous sauf les boissons et une dizaine de produits alimentaire – voir ci-dessus) ;
- **Poids moyen de produits alimentaires par palette : 420 kg.** Ce poids moyen a été appliqué à tous les produits sauf les boissons (quantités estimées à partir de donnée fournies par la FNB et retravaillées).

➤ **Hypothèse de poids moyen d'emballages secondaires / tertiaires**

Les poids unitaires moyens suivants ont été retenus :

Emballages	Poids unitaire moyen	Source
Carton de regroupement	800 grammes	Valipac - Panorama des poids standards des emballages industriels
Palette	25 kilogrammes	EPAL France
Film de palettisation	150 grammes / palette	Valipac - Panorama des poids standards des emballages industriels
Cagettes bois	700 grammes	SIEL

Tableau 42 : Poids unitaires moyens de certains emballages secondaires et tertiaires

➤ **Hypothèse de présence des palettes par segment de restauration**

Une nuance a été apportée pour certains segments de la restauration qui n'utilisent pas ou peu de palettes : par exemple, la restauration collective scolaire reçoit quasi-systématiquement ses produits sur palette, tandis que la restauration commerciale sur table non. Le tableau ci-dessous résume les hypothèses qui ont été prises et leurs sources :

Secteur	Segment	Taux de présence palettes & films de palettisation	Source	Etablissements proposant une activité de restauration au sens large (nourriture et / ou boisson)
Restauration collective	Restauration du travail	95 %	Entretiens	11 105
Restauration collective	Restauration scolaire	95 %	Entretiens	33 285
Restauration collective	Restauration du secteur santé	95 %	Données Take a waste	2 730

Secteur	Segment	Taux de présence palettes & films de palettisation	Source	Etablissements proposant une activité de restauration au sens large (nourriture et / ou boisson)
Restauration collective	Restauration du secteur social	95 %	Données Take a waste	26 770
Restauration collective	Restauration des loisirs sociaux	25 %	Dire d'experts	5 505
Restauration collective	Autres segments	80 %	Dire d'experts	2 056
Restauration commerciale	Débîts de boissons	50 %	Dire d'experts	33 000
Restauration commerciale	Restaurants service à table	33 %	Dire d'experts	92 810
Restauration commerciale	Restaurants self-service	75 %	Dire d'experts	805
Restauration commerciale	Restauration rapide	90 %	Données Take a waste	33 060
Restauration commerciale	Restaurants d'hébergement	90 %	Données Take a waste	31 705
Restauration commerciale	Restauration de transport	75 %	Dire d'experts	7 436
Restauration commerciale	Restauration de concession	50 %	Dire d'experts	10 680

Tableau 43 : Part des restaurateurs livrés sur palette par segment de la restauration

La moyenne retenue pour la restauration collective est de 90 % ; la moyenne retenue pour la restauration commerciale est de 56 %.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ADEME, Citeo, 2021, Gisement des emballages de la consommation hors domicile
- ADEME, 2020, Étude sur la collecte des bouteilles plastiques de boisson
- Citeo, 2021, Guide de la déclaration 2020
- Conseil National de l’Emballage, 2015, L’emballage, acteur important de la logistique des produits
- FranceAgriMer, 2019, Panorama de la consommation alimentaire hors domicile
- FranceAgriMer, 2011, Les ventes de vins en cafés-hôtels-restaurants 2010
- Ministère de la transition écologique, Cahier des charges des éco-organismes de la filière REP Emballages ménagers – Version consolidée et mise à jour au 25 décembre 2020 : <https://www.ecologie.gouv.fr/dechets-des-emballages-menagers>
- Programme de REmploi des COntenants alimentaires pour anticiper la loi EgaLIM dans les cantines scolaires franciliennes (RECOLIM) : <https://fr.calameo.com/read/005718013589daea5ae04>
- VALIPAC, 2019, Principes de base pour la distinction entre les produits ménagers et industriels
- Xerfi, 2021, L’industrie des arts de la table (code étude : 21CS011)

INDEX DES TABLEAUX ET FIGURES

TABLEAUX

Tableau 1 : Réglementations en lien avec les emballages de la restauration	10
Tableau 2 : Structure de la profession des Traiteurs Organismes de Réception (TOR).....	20
Tableau 3 : Distinction des acteurs de la restauration selon leur nature de gestion.....	23
Tableau 4 : Nombre de distributeurs par circuit d'approvisionnement.....	33
Tableau 5 : Nombre de fournisseurs référencés chez certains distributeurs alimentaires interrogés	38
Tableau 6 : Quantification des producteurs de produits alimentaires en achats directs	40
Tableau 7 : Nombre de producteurs du secteur des arts de la table, par code NAF	43
Tableau 8 : Nombre de producteurs de produits non-alimentaires utilisés par les professionnels de la restauration	44
Tableau 9 : Evaluation du nombre de producteurs de produits à destination de la restauration.....	44
Tableau 10 : Comparaison des metteurs sur le marché (emballages de la restauration et emballages ménagers)	49
Tableau 11 : Distinction des emballages primaires, secondaires et tertiaires	49
Tableau 12 : Hypothèses de production d'emballages de produits d'entretien par type de restauration.....	56
Tableau 13 : Quantité d'emballages de la restauration à usage unique - Répartition par type d'emballage	63
Tableau 14 : Exemples de contenants utilisés en restauration	65
Tableau 15 : Principaux emballages réemployés par les acteurs de la restauration	71
Tableau 16 : Hypothèses de calcul pour les emballages secondaires des boissons (exemple des bières).	72
Tableau 17 : Emballages secondaires et tertiaires réemployés par les professionnels de la restauration.	73
Tableau 18 : Emballages secondaires et tertiaires pour boissons réemployés (en milliers)	73
Tableau 19 : Typologie retenue des déchets d'emballages de la restauration	75
Tableau 20 : Profil des répondants au questionnaire selon le segment de restauration	76
Tableau 21 : Types de données recueillies par Take a waste et modalités de recueil de l'information.....	76
Tableau 22 : Données Take a waste disponibles auprès des acteurs de la restauration	77
Tableau 23 : Répartition des tonnages d'emballages liés à la restauration par type d'emballages et tendance de répartition de la collecte entre SPPGD et privé	85
Tableau 24 : Taux de présence des emballages par segment de restauration	88
Tableau 25 : Données utilisées pour le calcul d'un litrage hebdomadaire de déchets d'emballages par établissement de restauration	89
Tableau 26 : Cas de figures fréquemment rencontrés concernant la collecte des professionnels par le SPPGD, et modélisation selon les seuils 1 et 2	92
Tableau 27 : Points d'attention relatifs aux définitions et au périmètre de la future filière REP des emballages de la restauration.....	118
Tableau 28 : Points d'attention relatifs aux flux physiques et responsabilités organisationnelles de la future filière REP des emballages de la restauration.....	124
Tableau 29 : Points d'attention relatifs aux flux financiers et responsabilités économiques de la future filière REP des emballages de la restauration	130
Tableau 30 : Points d'attention relatifs au reporting, suivi et contrôle de la future filière REP des emballages de la restauration.....	132
Tableau 31 : Segments et sous-segments du secteur « Restauration collective »	133
Tableau 32 : Segments et sous-segments du secteur « Restauration commerciale »	134
Tableau 33 : Segments et sous-segments du secteur « Circuits de vente alternatifs »	135
Tableau 34 : Activité alimentaire des grossistes alimentaires à destination de la RHF	137
Tableau 35 : Activité alimentaire des grossistes boissons à destination de la RHF.....	139
Tableau 36 : Activité alimentaire des cash & carry à destination de la RHF	141
Tableau 37 : Activité alimentaire des prestataires logistiques à destination de la RHF.....	144
Tableau 38 : Méthodologie de quantification des emballages primaires.....	151
Tableau 39 : Connaissance des conditionnements par produit	151
Tableau 40 : Part des emballages primaires à usage unique restant en cuisine (par groupe de produits).....	156
Tableau 41 : Données d'emballages secondaires et tertiaires pour une vingtaine de produits (hors boissons)	163
Tableau 42 : Poids unitaires moyens de certains emballages secondaires et tertiaires	163
Tableau 43 : Part des restaurateurs livrés sur palette par segment de la restauration	164
Tableau 44 : Structures et personnes interrogées dans le cadre de l'étude.....	170

FIGURES

Figure 1 : Illustration des différents types d'emballages	11
Figure 2 : Perte de prestations (en valeur) par segment de restauration entre 2019 et 2020	12
Figure 3 : Croissance 2020 de la livraison de repas via les plateformes en ligne.....	12
Figure 4 : Poids des dépenses via les plateformes vs le total des dépenses en restauration commerciale (%).....	13
Figure 5 : Chaîne de valeur (simplifiée) de la restauration	14
Figure 6 : Présentation du périmètre de l'étude.....	16
Figure 7 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Restauration collective »	17
Figure 8 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Restauration commerciale ».....	18
Figure 9 : Nombre d'établissements par segment du secteur « Circuits de vente alternatifs »	19
Figure 10 : Parc installé de distributeurs automatiques en France (année 2017)	20
Figure 11 : Schéma des circuits dominants d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective (95,6 % des achats hors CVA).....	24
Figure 12 : Schéma des circuits secondaires d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective (4,4 % des achats hors CVA)	25
Figure 13 : Chiffres-clés des circuits d'approvisionnement de la restauration commerciale et collective	26
Figure 14 : Fournisseur principal de vin par famille de fournisseur et thème de restauration	30
Figure 15 : Achats de le Restauration Hors Foyer (RHF) par familles de produits.....	35
Figure 16 : Achats de le Restauration Hors Foyer (RHF) par technologie	36
Figure 17 : Metteurs sur le marché potentiels de produits emballés	46
Figure 18 : Méthodologie d'évaluation des quantités d'emballages primaires à usage unique mis sur le marché.....	50
Figure 19 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage.....	51
Figure 20 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Zoom « autres matériaux » ...	53
Figure 21 : Gisement d'emballages primaires à usage unique (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage et secteur de la restauration.....	54
Figure 22 : Quantité de bouteilles parmi l'ensemble des emballages mis sur le marché (en tonnes)	54
Figure 23 : Emballages primaires à usage unique restant en cuisine ou non - En tonnes.....	55
Figure 24 : Quantité hebdomadaire d'emballages utilisés (en tonnes) – Répartition par matériau.....	56
Figure 25 : Quantité hebdomadaire d'emballages en plastique rigide utilisés (en tonnes) – Répartition par segment de restauration.....	57
Figure 26 : Quantité hebdomadaire d'emballages en plastique souple utilisés (en tonnes) – Répartition par segment de restauration.....	58
Figure 27 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique par matériau d'emballage (en tonnes) ..	60
Figure 28 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique en bois - Focus sur les produits concernés (en tonnes).....	60
Figure 29 : Emballages secondaires et tertiaires à usage unique en carton (en tonnes)	61
Figure 30 : Emballages vides mis sur le marché (en tonnes) - Répartition par matériau d'emballage	62
Figure 31 : Emballages de la restauration à usage unique - Répartition par type et matériau d'emballages (tonnes).....	63
Figure 32 : Schéma de synthèse par type d'emballages et lieu d'utilisation / consommation	64
Figure 33 : Arbre de décision de l'emballage ménager ou industriel en Belgique.....	66
Figure 34 : Emballages professionnels et ménagers « par nature » - Répartition par matériau – emballage primaire.....	67
Figure 35 : Exemple d'attestation grossiste proposée par Citeo - Fichier Excel mis à disposition des metteurs sur le marché (qui le transmettent aux grossistes)	69
Figure 36 : Périmètre de la REP pour les emballages consommés hors domicile	70
Figure 37 : Réemploi d'emballages primaires en verre - En tonnes (échelle de gauche) et milliers d'UVC (échelle de droite).....	71
Figure 38 : Questionnaire en ligne adressé aux restaurateurs	74
Figure 39 : Proportion de répondants par segment de la restauration, questionnaire et diagnostics Take a waste confondus	78
Figure 40 : Nombre de repas quotidien préparés par les établissements de la restauration collective ayant répondu à cette question du questionnaire.....	78
Figure 41 : Nombre de repas quotidien préparés par les établissements de la restauration commerciale ayant répondu à cette question du questionnaire.....	79
Figure 42 : Taux de tri des établissements composant l'échantillon par flux de déchets	80
Figure 43 : Part des établissements composant l'échantillon et triant les déchets concernés, par modalité de collecte	80
Figure 44 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les emballages assimilés aux emballages ménagers.....	81
Figure 45 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les cartons	82

Figure 46 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les emballages en verre perdu	82
Figure 47 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les films de palettisation	83
Figure 48 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les palettes	83
Figure 49 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les caquettes ...	84
Figure 50 : Part des modalités de collecte pour les établissements de l'échantillon triant les caisses polystyrène.....	84
Figure 51 : Méthodologie pour la modélisation des pratiques de gestion des déchets d'emballages de la restauration	86
Figure 52 : Production de déchets d'emballages par segment de la restauration (en litres par établissement et par semaine).....	90
Figure 53 : Schématisation du fonctionnement par seuils de collecte des collectivités	91
Figure 54 : Seuils de collecte, en litre, des déchets d'emballages assimilés aux emballages ménagers pour les professionnels, par collectivité.....	93
Figure 55 : Circuit dominant n°1 – L'approvisionnement par des grossistes alimentaires.....	136
Figure 56 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par des grossistes alimentaires	136
Figure 57 : Circuit dominant n°2 – L'approvisionnement par des grossistes boissons.....	138
Figure 58 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par des grossistes boissons.....	138
Figure 59 : Circuit dominant n°3 – L'approvisionnement par le cash & carry	140
Figure 60 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par le cash & carry.....	140
Figure 61 : Circuit dominant n°4 – Les achats directs.....	142
Figure 62 : Chiffres-clés des achats directs.....	142
Figure 63 : Circuit dominant n°5 – L'approvisionnement par des prestataires logistiques	143
Figure 64 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par des prestataires logistiques	143
Figure 65 : Circuit dominant n°6 – L'approvisionnement par la GMS et des commerces de détail.....	145
Figure 66 : Chiffres-clés de l'approvisionnement par la GMS et des commerces de détail.....	145
Figure 67 : Exemple de base de données recueillie, traitée et consolidée par GIRA.....	152
Figure 68 : Exemple de conditionnements-type de la liste constituée dans le cadre de l'étude (480 conditionnements-types)	154
Figure 69 : Données d'emballages secondaires et tertiaires pour les boissons (extrait)	160

SIGLES ET ACRONYMES

ADEME	Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
AGEC	Anti-Gaspillage et pour une Economie Circulaire
BRSA	Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool
C&C	<i>Cash & carry</i>
CHR	Cafés, Hôtels, Restaurants
CVA	Circuits de Vente Alternatifs
EIC	Emballages Industriels et Commerciaux
F&B	<i>Food & Beverage</i>
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
MDD	Marque De Distributeur
REP	Responsabilité Elargie du Producteur
RHF	Restauration Hors Foyer
RS	Redevance Spéciale
SPPGD	Service Public de Prévention et Gestion des Déchets
SRC	Sociétés de Restauration Collective
TEOM	Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères

LISTE DES ACTEURS INTERROGÉS

Structure	Contact	Poste
ANIA	Xavier Arrom	Responsable Environnement
Maison des Eaux Minérales Naturelles	Marie-Ange Badin	Déléguée générale
Boissons rafraîchissantes de France	Thibaud Pascal	Responsable affaires scientifiques et réglementaires
Brasseurs de France	Adélaïde Estève	Chargée d'affaires réglementaires
Brasseurs de France	Maxime Costilhes	Délégué général
ADEPALE	Aymeric Schultze	Chargé de mission
ADEPALE	Solène Chambard	Chargée de mission
GECO Food Service	Frédérique Lehoux	Directrice générale
GECO Food Service	Laurence Vigne	Responsable technique
Sysco	Olivier Canonne	Directeur RSE
Transgourmet	Emmanuelle Tang	Directrice développement durable
Pomona	Caroline Sithi	Responsable de Projets Innovation et Digital
France Frais	Etienne Bertail	Directeur commercial
CRENO	Franck Andrieux	Directeur marketing et commercial
CRENO	Patrice Bellet	Directeur de l'offre
Metro / Pro à pro	Daniel Bataille	Directeur Métier et Produits
Metro / Pro à pro	Marie Garnier	Directrice Qualité et RSE
Vivalya	Philippe Guyot	Directeur général
AFISE	Christelle Henry	Directrice Développement Durable
CGI	Pierre Perroy	Responsable des affaires juridiques et fiscales
Fédération Nationale des Boissons	Laure Bomy	Directrice générale
Réseau Consigne / Pandobac	Shu Zhang	Présidente / Co-fondatrice
UMIH	Karim Khan	Président de la commission développement durable
UMIH	Jean Terlon	Vice-président de la branche Restauration
GNR (SNRC + SNARR + SNRTC)	Esther Kalonji	Déléguée générale
GNI	Rachel Bouvard	Directrice du Département RSE Handicap
AGORES	Christophe Hébert	Président
Restauco	Marie-Cécile Rollin	Directrice générale
UDIHR	Jean-Rémi Dumont	Président
UDIHR	Alain Briquet	Adjoint responsable restauration
Ville de Paris	Thibaut Delvallée	Chef du Service Expertise et Stratégie
Toulouse Métropole	Sophie Legay	Directrice Déchets et Moyens Techniques
SMICVAL	Elise Molinier-Parent	Directrice de la Performance
FNADE	Clotilde Vergnon	Responsable recyclage
FNADE	Jennifer Cosmao	Chargée de mission suivi des filières REP
FEDEREC	Diane Dewalle	Chargée de mission recyclage
SNEFID	Cécile Janvier	Chargée de relations institutionnelles
AMF	Sylviane Oberlé	Chargée de mission prévention des pollutions
Citeo	Julien Dubourg	Directeur relations clients et marketing
Citeo	Melissa Venet	Responsable des nouveaux dispositifs
Adelphe	Sophie Wolff	Directrice déléguée
Leko	Patrick Bariol	Directeur Développement
Leko	Marion Halby	Responsable des affaires juridiques

Tableau 44 : Structures et personnes interrogées dans le cadre de l'étude

L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions. À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.



ETAT DES LIEUX DES EMBALLAGES LIES A LA RESTAURATION

Dans la perspective de la filière à Responsabilité Élargie du Producteur (REP) sur les emballages consommés ou utilisés par les professionnels ayant une activité de restauration, ce rapport dresse l'état des lieux de ces emballages :

- Quel sont les acteurs concernés ?
- Quelles sont les quantités d'emballages mis sur le marché (évaluation du gisement) ?
- Quelle est, à date, la gestion des déchets d'emballages par les professionnels de la restauration ?

Des leviers d'amélioration et points d'attention en vue de la future REP sont proposés dans la seconde partie du rapport.

