

La chasse aux déchets est devenu leur business

HÉLÈNE BIELAK | Le 02/07 à 07:00
ACCUEIL ([HTTP://WWW.LESECHOS.FR](http://www.lesechos.fr))



Johanna Le Mau (à gauche), Cécilia Debry (en haut) et Gérard Bellet (en bas à droite) se sont tous lancés dans l'entrepreneuriat Zéro Déchet. – O Bocal / DR / Hélène Bielak

Ouvrir une épicerie de vrac, remettre la consigne de bouteille au goût du jour, donner aux associations caritatives les invendus des supermarchés... Point commun de ces activités ? Réduire le volume de nos poubelles. Rencontre avec des entrepreneurs qui font la chasse au gaspi, à l'occasion du festival Zéro Waste (28 au 30 juin 2018 à Paris).

Assis sur une banquette en palettes au milieu d'une foule d'écolos convaincus, **Mathieu Delahousse** a des étoiles dans les yeux... et **des graines à planter incrustées dans sa carte de visite**, 100% biodégradable. « Des fleurs des champs », précise-t-il. Un zéro déchet, jusqu'au bout ! Ancien régisseur, le jeune entrepreneur vient tout juste de créer sa société **Secoya** pour encourager les professionnels du cinéma à réduire et valoriser leurs déchets lors de tournages de long-métrages. S'il est venu au festival Zéro Waste (<http://www.festival.zerowasteFrance.org/>) au Cabaret Sauvage à Paris, c'est pour y rencontrer d'autres entrepreneurs qui se sont lancés, comme lui, dans une activité visant à réduire la taille de nos poubelles.

Mathieu est loin d'être le seul à lancer un business dans ce secteur. D'ailleurs, peut-on déjà parler d'une économie du zéro déchet ? Dans la mesure où il n'y a pas de définition claire, pas vraiment. « Ce sont non seulement des entreprises ancrées dans l'économie circulaire, mais qui proposent aussi des solutions plus larges visant la réduction des déchets en amont », éclaire **Flore Berlingen, directrice de Zero Waste France**. Avec un objectif commun : le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas.

Ces diplômés veulent donner du sens à leur travail

Qui sont ces entrepreneurs qui partent à l'assaut de nos poubelles ? « Sur les innovations d'usage, comme par exemple les épiceries de produits en vrac, on retrouve beaucoup de femmes, constate Flore Berlingen. Sur les innovations technologiques, c'est plus masculin ». De son côté, **Laura Caniot-Genevois, qui a accompagné 400 porteurs de projets** au sein de Zero Waste France pendant cinq ans, a observé trois types de profils : « les jeunes qui viennent de terminer des études dans l'ESS et qui montent des projets dès la sortie de leur école ; les trentenaires qui, après 5 ou 10 ans d'expériences professionnelles, ont envie d'avoir un impact social plus fort ; des gens de 40 ou 50 ans aux compétences très pointues, qui souhaitent mettre leur expérience et leur réseau au service d'une cause ».

C'est d'ailleurs bien ce qui anime ces porteurs de projet : mettre du sens dans leur boulot. « Mes copains disent que j'ai fait ma crise de la quarantaine à 25 ans, rigole **Johanna Le Mau**, titulaire d'une licence AES et d'un master en marketing. Je ne trouvais pas de sens dans mes expériences post-diplôme ». Après avoir été community manager et chargée de marketing, la jeune femme de 28 ans a finalement créé **Ô Bocal, une épicerie** avec uniquement des produits en vrac à Nantes (département de Loire-Atlantique). Deux ans plus tard, elle est à l'équilibre et a recruté 4 personnes en CDI à mi-temps et une stagiaire.



Des investisseurs frileux pour le « zéro déchet »

Se lancer dans un projet d'activité qui tend vers le zéro déchet exige beaucoup d'énergie. D'abord, parce qu'il faut expliquer, convaincre

(<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/efficacite-personnelle/0301555352120-la-voix-est-un-formidable-outil-pour-convaincre-320289.php>). « Ce n'est pas évident car on demande aux gens de changer leurs habitudes de consommation », témoigne **Cécilia Debry**, diplômée de HEC de 31 ans qui a lancé en 2016 **Little Panda**, un site d'achat-vente de vêtements d'occasion pour enfants.

Les financeurs peuvent également se montrer frileux. Quand Johanna Le Mau a présenté son projet pour la première fois aux banques, la réponse a fait l'effet d'une douche froide: « C'est un concept bobo, écolo, utopiste. En plus vous êtes jeune, vous n'avez jamais créé d'entreprise, vous n'êtes pas mariée... Comment vous faites si ça ne marche pas ? », se souvient-elle.

« On ne rentre pas trop dans les cases des investisseurs classiques. Quand vous dites que vous voulez créer un truc autour des déchets, c'est pas très sexy pour eux », abonde **Jean Moreau, cofondateur de Phénix**, une startup qui met en lien supermarchés et associations pour que les seconds récupèrent les invendus des premiers. Mais bonne nouvelle selon lui : de nombreuses aides existent pour démarrer son activité. L'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie), les conseils régionaux, la mairie de Paris, Bpifrance sont des ressources utiles. « Ce n'est pas très compliqué d'aller récupérer 50.000 euros en phase d'amorçage », assure-t-il.

Des initiatives nombreuses pour évangéliser les consommateurs

En plus de réussir à convaincre, il faut aussi adopter une éthique irréprochable de A à Z... pas toujours facile à tenir ! Fondatrice de la marque de cosmétiques **Lamazuna, Laëtitia Van de Walle**, 33 ans, se souvient de ses débuts en 2010. Elle a commencé par vendre des cotons démaquillants réutilisables fonctionnant uniquement à l'eau distribués dans des emballages... en plastique. « J'ai pris conscience de mon impact réel, confie-t-elle. Pour lancer une boîte, il faut vraiment bien faire les choses avec des produits bien faits, bien sourcés. » Ainsi, exit le plastique

(<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/0301494361858-yoyo-tente-d-imposer-un-modele-collaboratif-de-collecte-d-emballage-plastique-319961.php>), bonjour le filet de lavage. Aujourd'hui, la société, qui s'est entre temps diversifiée dans les cosmétiques solides bio (shampooing dur, dentifrice en bâton...), emploie 15 salariés et affiche un chiffre d'affaires de 2,3 millions d'euros pour 2017.

L'arrivée de nouveaux acteurs qui veulent faire de la réduction des déchets leur activité est, en soi, plutôt bon signe pour nos poubelles, qui contenaient tout de même 325 millions de tonnes de déchets pour l'année 2015, en France. Une concurrence trop féroce pour les pionniers ? **Gérard Bellet, fondateur de Jean Bouteille**, un système de consigne de bouteilles en verre, ne voit pas les choses de cette façon. « Chaque initiative prend des parts de marché sur les emballages uniques », martèle-t-il. Pour lui, l'équation est simple : plus le gâteau sera gros (avec davantage d'utilisateurs, de couverture médiatique, etc.), plus nombreux pourront être les acteurs à se le partager.