

00:00:06:07 - 00:00:25:14

Intervenant 1

Il faut aller un peu plus loin et peut être s'engager un peu plus pour montrer qu'en tant que Français, on est prêt. On a envie que ça bouge et que ce n'est pas une question qui doit être réglée dans les arrières-boutiques de l'Assemblée nationale. Entre lobbyistes et décideurs, que finalement on a le droit de décider autrement, qu'on fait partie de ces mouvements-là qui veulent changer les choses et qui, honnêtement, le font plutôt bien.

00:00:50:19 - 00:01:12:08

Intervenant 1

Bonjour On The Way, je suis Benjamin Peri, co-fondateur de Pyxo. Une solution qui accompagne le secteur de la restauration dans sa transition des emballages jetables vers des emballages réutilisables. Alors mon parcours en quelques mots donc, j'ai déjà été assez sensible à l'environnement. Au lycée, je savais au lycée que je voulais entreprendre dans l'environnement, dans l'impact. Mais j'étais aussi passionné de sciences.

00:01:12:09 - 00:01:38:01

Intervenant 1

Donc j'ai d'abord fait une prépa scientifique qui m'a amené. À l'époque, c'était Central Paris et maintenant c'est Centrale Supélec pour un diplôme d'ingénieur. A l'école, j'ai eu des cours super, honnêtement, sur le développement durable, qui m'ont fait une petite claque écologique et m'ont encore plus donné envie d'entreprendre dans ce sujet-là. Ce qui est amusant quand on a une prise de conscience écologique, c'est qu'on a toujours l'impression qu'on se prend une baffe écologique, que ça y est maintenant, on a compris et qu'effectivement c'est grave.

00:01:38:01 - 00:01:52:11

Intervenant 1

Mais ça y est là, on a toutes les données en tête, on a compris jusqu'à la baffe suivante. En fait, on se rend compte que c'est encore pire que ce qu'on pensait et il y a encore plus d'efforts à fournir. Et c'est un peu ce qui s'est passé. Moi, j'ai grandi dans le sud de la France et dans le sud-est de la France, où il y a beaucoup d'incendies.

00:01:52:18 - 00:02:11:13

Intervenant 1

Donc quand j'étais jeune déjà, j'étais sensibilisé aux sujets écologiques parce que je voyais toutes les forêts autour de la maison de mes parents qui prenaient feu, qui était complètement rasées avec toute la faune qui était dedans. Et même si je n'étais pas vraiment encore complètement conscient que c'était d'une origine humaine, et cetera à cause du réchauffement climatique, il y a de plus en plus d'incendies ou en tout cas ils sont plus gros.

00:02:12:10 - 00:02:32:05

Intervenant 1

Il y avait cette volonté de protection de la nature. Ça a été la première conscience écologique. La vraie première baffe, c'était plutôt à Central, donc sur un cours, notamment avec des experts du GIEC, pour expliquer leur rapport et leur fonctionnement, vu qu'on avait des bases scientifiques qui nous permettaient de mieux les comprendre, où là, j'ai compris pour la première fois les enjeux de la transition qu'il fallait faire pour juste se limiter à 1,5 degrés,

00:02:32:21 - 00:02:51:00

Intervenant 1

Maintenant on parle plutôt de deux degrés de réchauffement. Et surtout, qu'est-ce que ça veut dire ? Deux degrés de réchauffement sur le monde en 2050, c'était la première baffe de "En fait, ce n'est pas

juste, c'est bien pour les animaux, c'est bien pour les plantes, et cetera” mais plutôt “en fait, c'est une question de survie de l'humanité”. C'était la première vraie baffe, mais à ce moment-là, j'étais un peu encore dans une désillusion.

00:02:52:04 - 00:03:07:11

Intervenant 1

Ça va passer par les entreprises, ça va passer par l'innovation. Donc ce qu'on appelle aujourd'hui la croissance verte, c'est oui, non. On a fait des voitures électriques avec les batteries lithium, c'est génial. On va faire l'avion à hydrogène, ça va être super, ça va résoudre ce problème là et donc vraiment c'est normal. J'étais ingénieur donc je voyais la technologie partout.

00:03:07:11 - 00:03:28:05

Intervenant 1

Je voulais qu'on arrive à résoudre de ces problèmes avec la science, c'est absolument incroyable, et que forcément on allait résoudre ces problèmes. Donc j'étais parti dans cette logique et c'est pour ça que j'avais plein d'idées d'entreprises, d'ailleurs toutes plus technologiques les unes que les autres, pour résoudre pleins de problèmes. En sortie d'école, j'ai créé une première start-up qui n'avait rien à voir honnêtement avec l'environnement qui avait plutôt à voir avec la donnée où j'ai perdu quelques plumes.

00:03:28:07 - 00:03:56:19

Intervenant 1

Ça c'est pas fini très très bien et j'ai rejoint ensuite donc BNP Paribas Personal Finance pour cocréer un programme d'intelligence artificielle dans une de ses filiales et à la suite de quoi il y a eu un événement assez marquant, c'est la démission de Nicolas Hulot du gouvernement Macron à la suite de laquelle j'ai démissionné à mon tour de BNP pour créer Pyxo, mon entreprise actuelle, et suite à cette annonce, je me suis rendu compte que si lui, avec toute sa force de frappe environnementale, se retrouvait obligé de démissionner.

00:03:57:14 - 00:04:17:01

Intervenant 1

Et c'est là où je me suis dit non, mais en fait tu as envie d'entreprendre dans l'impact depuis toujours. Donc c'est le moment fait le ! Je discutais avec un ancien de Centrale depuis un moment, c'était en 2018, à l'été 2018. Lui avait déjà démissionné de son cabinet de conseil McKinsey pour entreprendre dans l'impact, dans le zéro déchet. Il s'appelle François Debré, il est surfeur.

00:04:17:01 - 00:04:36:14

Intervenant 1

Il a été membre de la Surfrider, qui est une association qui lutte contre les déchets et il était très sensible sur ce sujet-là. Et vu qu'il savait que je n'avais pas mal grenouillé dans le milieu de l'entrepreneuriat, et c'est un sujet qui me passionnait pas mal. Pendant l'été 2018, il venait me voir avec des idées de business models qu'il avait, des idées d'entreprise pour que je l'aide, à la base pas à créer l'entreprise avec lui, mais juste que je donne mon avis. Ce que j'ai fait.

00:04:36:15 - 00:04:57:14

Intervenant 1

Donc on a beaucoup discuté de ces sujets là pendant l'été 2018 et finalement, il y a eu cette conjonction des événements où déjà, j'ai eu l'idée de Pyxo suite à un footing dans le jardin des Tuileries. Donc on est en août 2018, à l'été, aux Tuileries. Il y a une fête foraine et j'ai couru parmi toutes les poubelles du jardin qui débordaient des emballages jetables.

00:04:57:14 - 00:05:13:08

Intervenant 1

provenant en fait, de la restauration de la fête foraine, des Tuileries qui était juste à côté. Et donc, quand j'ai fini le footing, j'appelle François et je lui dis : “Écoute, ça fait un moment qu'on parle de zéro déchet, et cetera, mais là, il y a un truc qui paraît assez logique à combattre, ce sont ces emballages. Il y a une distance de dix mètres entre le point de distribution et le point de consommation.

00:05:13:08 - 00:05:26:21

Intervenant 1

C'est absurde, ça génère un déchet qui est utilisé cinq minutes”. Donc on parle de ça. On trouve que c'est une bonne idée. Au tout début de Pyxo, la solution nous paraissait simple. Il suffit de mettre des contenants réutilisables à la place des contenants jetables dans la main des restaurateurs, puis des consommateurs. Et puis ils vont faire le geste tout seul.

00:05:27:01 - 00:05:45:18

Intervenant 1

Bon, c'est un peu l'illusion qu'on a honnêtement, quand on entreprend dans l'impact au début. On a l'impression que la solution écologique va être forcément plébiscitée par le consommateur, par les opérateurs, par tout le monde en fait, parce qu'il y a une conscience écologique grandissante quand même en France, et c'était déjà le cas en 2018, c'est encore plus vrai maintenant, mais on se rend compte que ce n'est pas si simple.

00:05:45:22 - 00:06:06:15

Intervenant 1

Globalement, le premier déploiement qu'on fait, on utilise notre réseau et notamment le premier déploiement qu'on fait, c'est au Bivwak BNP Paribas, donc dans le sentier, et on se dit on va mettre en place des contenants réutilisables à la sortie du bâtiment du Bivwak. On va démarcher tous les restaurants qui sont autour du Bivwak et dans lesquels vont chercher à emporter les gens qui y travaillent.

00:06:06:15 - 00:06:23:19

Intervenant 1

Et on va leur dire Ah ben voilà, il y a des gens qui vont arriver avec ces contenants réutilisables et déjà est-ce que vous acceptez de les servir dans ces contenants ? Et ensuite, est-ce que vous acceptez de leur faire une petite promotion, un petit discount ? Au Bivwak, donc on met nos contenants réutilisables à disposition, on met de la communication dans l'espace en disant vous pouvez aller dans tel ou tel resto, ils font 0,50 €, 0,30 €, 1 € de réduction.

00:06:24:12 - 00:06:48:24

Intervenant 1

Et puis voilà, on lance ça et on demande au Bivwak : “Est ce que vous nous payez pour ce service ? Parce que derrière nous, on assure la collecte, le nettoyage des contenants, le réassort, et cetera” Donc on parle là-dessus, ça fonctionne plutôt bien honnêtement. Pas tout de suite gagné, mais très vite, ça a des effets d'entraînement un petit peu entre les employés, entre eux, et cetera, entre les plus sensibles qui adoptent tout de suite et ceux qui le sont un peu moins, mais qui sont la même équipe, qui suivent... plus l'incitation financière qui marche un petit peu aussi pour motiver les gens.

00:06:49:08 - 00:07:11:10

Intervenant 1

Il y a des beaux taux de pénétration. On déploie quelques autres entreprises dans la même zone géographique pour bénéficier du même réseau de restaurateurs. Sauf que très vite donc, les Office Managers, les responsables de sites qui paient pour la solution, finalement, nous font remarquer que c'est cher. C'est cher parce qu'il faut les contenants réutilisables. Il faut le démarchage des restaurants, la logistique, le nettoyage, le réassort.

00:07:11:19 - 00:07:30:06

Intervenant 1

Beaucoup de choses qui sont portées que par une entité qui est l'entreprise, ce qui augmente finalement presque le prix que paye l'entreprise pour un repas de collaborateurs. Et c'est trop élevé. Ils nous disent c'est sympa, nous, on le fait, il n'y a pas de problème, mais il n'y a pas toutes les entreprises qui ont ces moyens-là. Si votre ambition, c'est vraiment de révolutionner le monde de l'emballage et de supprimer tous les emballages jetables ce n'est pas forcément avec ça que vous allez y arriver.

00:07:30:16 - 00:07:46:05

Intervenant 1

Donc on se dit qu'il nous faut une autre entité à facturer. On ne peut pas juste facturer les entreprises. Il faudrait qu'on arrive à facturer le restaurateur. Sauf que le restaurateur, quand on lui demande, il nous dit : "Mais moi, je ne vais pas payer pour des gens qui viennent avec leurs propres contenants. C'est leur problème. Moi, je ne pas payer pour ça," ce qui est tout à fait vrai.

00:07:46:05 - 00:08:04:02

Intervenant 1

Donc on se dit pour facturer le restaurateur, il faut qu'on soit apporteur d'affaires. Faut qu'on lui amène de l'activité. Donc on lance une plateforme de livraison en zéro déchet. Donc on crée très vite un site web. Ça prend une semaine. Site web qu'on diffuse auprès de tous les collaborateurs, de toutes les entreprises qu'on avait démarchées dans la zone et qu'on met entre les mains aussi des restaurateurs.

00:08:04:02 - 00:08:21:23

Intervenant 1

Les restaurateurs mettent leurs repas sur la plateforme, les collaborateurs dans les entreprises commandent les repas et nous, on assure la livraison. Sauf qu'on le fait dans des contenants réutilisables. Là-dessus, on fait un apport d'affaires pour le restaurateur. Donc on peut marger sur le prix de vente du repas. On facture aussi les entreprises pour la logistique, le nettoyage, et cetera en équilibrant un peu le modèle.

00:08:22:02 - 00:08:36:16

Intervenant 1

C'est pas bête et honnêtement, ça prend assez vite aussi. Mais finalement, le problème c'est que très vite les consommateurs, ils ne nous disent pas : "Oui, je veux plus de ré emploi, oui, c'est trop bien ce que vous faites. Ils nous disent je veux plus de plats végé, je veux plus de diversité, Je veux que ça change souvent" et ça se comprend en fait.

00:08:36:16 - 00:08:50:19

Intervenant 1

Pour eux, c'était le repas du 12 h, donc c'était important et il fallait se focaliser plutôt sur le côté alimentaire. On se dit finalement, on est en train de faire la même activité qu'un Deliveroo ou Uber eats mais avec une contrainte en plus qui est le réemploi. Et déjà qu'eux ont du mal à être rentables. Ce n'est pas sûr que pour nous, ça marche mieux.

00:08:51:09 - 00:09:13:14

Intervenant 1

On a ces deux use cases, donc ces deux modèles financiers qu'on peut essayer de faire. Et on arrive à Viva Tech en juin 2019. On a un stand sur Viva Tech avec La Poste. La Poste qui est très intéressée sur ces sujets là et on pitche en fait les deux solutions. On fait un peu ce qu'on appelle de l'AB testing, c'est à dire qu'une fois on pitche, l'une avec les contenants réutilisables en entreprise, l'autre fois on pitche, la plateforme de livraison zéro déchet, et on voit comment les gens réagissent.

00:09:13:22 - 00:09:32:10

Intervenant 1

En tout cas, ça, c'était le plan. Parce que quand on arrive à Viva Tech, ça ne se passe pas du tout comme ça. En fait, toute la première journée, en fait, plutôt sur les trois journées de Viva Tech et il y a des gens de Sodexo qui défilent sur notre stand. La raison, c'est que juste à côté de notre petit minuscule stand sur la Poste, il y a l'énorme stand de Sodexo qui était vraiment juste à côté.

00:09:33:00 - 00:09:48:05

Intervenant 1

Et ils viennent nous voir sur notre stand en nous disant : « moi j'ai un problème. Il y a des clients qui sont donc des grandes entreprises, qui ont des cantines de Sodexo, qui me demandent d'arrêter les emballages jetables. Ils veulent plus qu'à la machine à café, il y ait des emballages en carton. Ils veulent plus que lorsqu'ils prennent à emporter dans les locaux parce que ça arrivait de plus en plus, déjà à l'époque, ça soit dans des emballages jetables.

00:09:48:05 - 00:10:06:01

Intervenant 1

Ils veulent que tout ça, ce soit en réemploi et on ne sait pas trop comment faire ». Donc on commence à bosser avec Sodexo. On se dit c'est vrai que c'est un modèle qui est intéressant. Tout l'été 2019, on travaille avec eux. Passé l'été 2019, on commence à faire des expérimentations, on déploie des choses, on voit ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas, comment on gère tout ça à leurs côtés.

00:10:06:06 - 00:10:29:22

Intervenant 1

Fin 2019, on se dit très bien. On rentre dans la rédaction de contrat, ça va y aller, on va déployer. Ils ont plus les moyens pour ce genre de service. C'était rentable. Donc on y va à fond. Les contrats partent, certains sont signés, d'autres prennent un peu de temps et on arrive à mars 2020 où malheureusement tout s'effondre parce que le monde se met à l'arrêt, quelque chose que personne n'aurait pu prévenir, je pense à l'époque.

00:10:30:09 - 00:10:48:09

Intervenant 1

Faut savoir que Sodexo, c'est une des entreprises les plus touchées par le Covid. Leur activité a été drastiquement divisée et n'a jamais complètement repris. Je pense que tous ceux qui nous écoutent font encore beaucoup de télétravail aujourd'hui, depuis le Covid, et ça, forcément les cantines, elles n'aiment pas trop. Donc notre modèle est complètement bouleversé. L'été 2020 est très dur pour nous.

00:10:48:17 - 00:11:09:00

Intervenant 1

On avait fait une micro levée de fonds avec quelques business angels en janvier 2020, mais bon, ça part vite. Mais la chance qu'on a, c'est qu'en septembre 2020, il y a un acteur qui nous contacte et auquel on ne s'attendait pas du tout. C'est MacDonald's. MacDonald's nous disent : « bon, beh nous, on a une loi qui s'appelle la loi AGECE en France, qui nous oblige à faire des contenants réutilisables pour la vente sur place.

00:11:09:04 - 00:11:23:10

Intervenant 1

Donc, dès qu'on mange sur place, chez McDo, vous devez avoir des contenants qui puissent être lavés, et cetera Et on nous a dit que vous étiez pas mal expert sur ces sujets-là. Vous pourriez nous aider sur deux ou trois sujets ». Donc on commence une mission de conseil avec McDo qui croit, croit, croit, parce qu'on partage des mêmes valeurs,

00:11:23:10 - 00:11:41:17

Intervenant 1

on s'en rend compte et on a les mêmes objectifs jusqu'à ce qu'on leur propose de développer une solution pour eux de A à Z, alignée avec leurs besoins. Ce qu'on fait, ce qui nous amène à une levée de fonds fin 2021, de 7 millions d'euros pour développer la solution. Et depuis, c'est toujours la solution qu'on propose à nos clients.

00:11:41:17 - 00:12:02:24

Intervenant 1

Il n'y a pas que McDo. On a retravaillé depuis avec Sodexo et d'autres. Donc notre solution, c'est une plateforme de réemploi. Chaque contenant réutilisable qui est sous notre gestion, a un identifiant unique qui est porté par un QR code ou une puce RFID. Notre rôle, c'est de suivre ce contenant réutilisable sur tout le parcours qu'il va faire quand il est distribué à un consommateur, quand le consommateur le dépose dans un point de collecte, quand il est amené en centre de lavage.

00:12:03:09 - 00:12:18:19

Intervenant 1

Et avec ces données, on assure au restaurateur la gestion de ces stocks, être sûr qu'il est toujours des contenants réutilisables pour faire son activité. Mais on assure aussi la motivation du consommateur à ramener son contenant. Parce que le but du réemploi, c'est que le consommateur, une fois qu'il a fini de consommer, il ramène son contenant pour que le contenant puisse retourner.

00:12:19:05 - 00:12:36:03

Intervenant 1

Et tout ça, ce n'est pas le métier du restaurateur, ça ne les bote pas tellement de bosser là-dessus. Donc nous, avec notre traçabilité, nos interfaces consommateurs, on motive le consommateur à amener son contenant, soit un peu avec ce qu'on appelle du bâton, c'est à dire une motivation financière : 'Si tu ne ramènes pas ton contenant, il va y avoir de l'argent qui va être perdu.

00:12:36:04 - 00:12:50:08

Intervenant 1

Donc c'est dommage pour toi ». Sois avec plutôt la carotte, c'est : « si tu ramènes ton contenant, il va y avoir des points de fidélité, ça va être chouette, tu vas gagner de l'argent ». Tout ça avait été créé pour Mac Donald's initialement et c'est aujourd'hui notre solution. Alors là, il y a plusieurs questions à se poser. On a plusieurs marchés différents dans notre secteur.

00:12:50:08 - 00:13:09:03

Intervenant 1

Trois gros. Le premier, c'est ce qu'on appelle la restauration collective. Donc c'est les Sodexo, Elios, Compass, et cetera. Un autre segment, ça va être la restauration rapide, les grosses chaînes de fast food, mais les plus petites aussi donc, McDonalds, Sushi Shop, et cetera Et les derniers, c'est les restaurants indépendants qui sont plus ceux que les gens ont en tête quand ils entendent parler de Pyxo.

00:13:09:17 - 00:13:25:18

Intervenant 1

C'était notre premier segment. Quand on travaillait avec le Bivwak, c'était eux qu'on est allé voir. Le problème des restaurants indépendants, c'est que ça coûte énormément d'argent pour nous d'aller les démarcher un par un. En fait, ils sont tous disponibles au même moment après leur rush, c'est à dire vers 15h-16 h, et il faut aller les voir un par un pour faire la transition.

00:13:26:03 - 00:13:47:00

Intervenant 1

Donc on a fait une grosse croissance avec eux à un moment. Puis on a un petit peu arrêté parce que ce n'était pas rentable du tout de le faire. Donc on a été un peu plus malin et on s'est dit : « qui est en contact avec les restaurants indépendants, qui les a déjà tous dans son carnet d'adresses ? » : Metro qui est leur fournisseur. Tous les restaurants en France... je crois qu'ils ont 98 % des restaurants en France.

00:13:47:08 - 00:14:03:00

Intervenant 1

Et donc il se trouve que Metro faisait un appel d'offres qu'on a remporté pour pousser notre solution auprès de leur réseau de restaurateurs. Donc, il y a un pilote qui va être déployé à Paris prochainement. Il y en avait un premier à Rennes. En attendant, donc, si vous cherchez des restaurants Pyxo, il y en a beaucoup moins qu'avant.

00:14:03:01 - 00:14:13:08

Intervenant 1

On a un peu réduit la voilure. Il y en a 150 et vous pouvez les retrouver tous sur notre application. Il y a une carte sur laquelle vous verrez les restaurants disponibles et ça va croître.

00:14:15:21 - 00:14:33:01

Intervenant 1

Alors la loi AGECE, c'est un peu un ovni dans le monde des lois pour l'environnement et l'écologie. Honnêtement, elle a pris de court, je pense, tous les lobbies au moment où elle a été votée. C'est un coup de force de Brune Poirson, qui n'est plus au gouvernement depuis, mais qui a fait un truc merveilleux sur cette loi. Donc elle a été votée en 2020 de manière assez obscure.

00:14:33:08 - 00:14:49:08

Intervenant 1

On ne sait pas comment elle a réussi à faire passer ça si facilement et c'est une première mondiale, effectivement, une interdiction totale d'un emballage jetable sur un segment de marché qui est donc n'importe quel restaurant en France qui compte plus de 20 places assises, n'a plus le droit de servir dans des emballages jetables pour le sur place.

00:14:49:23 - 00:15:07:02

Intervenant 1

Et ça, c'est à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2023. Donc ça fait quelques mois maintenant que c'est en place. C'est excessivement regardé à l'étranger. Tout le monde regarde ce qui se passe en France parce qu'il faut savoir que le fast food, ça s'est construit sur plusieurs piliers et un de ses piliers fondateurs, c'est quand même le jetable. Sans les emballages jetables, le fast food pourrait quasiment pas s'être développé à l'époque.

00:15:07:06 - 00:15:24:11

Intervenant 1

Dans les années 50, donc, on remet en cause tout un pan finalement de l'économie de la restauration. Et donc il y a tout le monde qui regarde un peu comment les McDonalds, Burger King, KFC s'en sortent. Est ce qu'ils arrivent à le faire, sous quelles conditions ? Et cetera Pour qu'un grand groupe bouge et fasse vraiment bouger les choses, il peut y avoir une volonté interne.

00:15:24:23 - 00:15:51:15

Intervenant 1

Donc forcément, quand ils se mettent à bouger dans le bon sens, ça peut avoir un impact magnifique. Même si McDonalds, ils avaient déjà des projets de réemploi qui tournaient chez eux pour se questionner sur comment on pourrait faire, et cetera, en France, c'est sûr que sans la loi, ils n'auraient

pas bougé autant. Pour une raison simple c'est le dilemme du prisonnier même si McDonalds est l'ultra leader sur la restauration rapide s'ils mettent du réemploi dans leurs restaurants, ce qui va leur coûter plus cher globalement, mais que KFC, Burger King ne le font pas en face, ils vont perdre des clients.

00:15:51:17 - 00:16:06:11

Intervenant 1

L'avantage des lois, c'est vraiment que pour les entreprises qui essaient de faire les choses bien, ça empêche ce dilemme du prisonnier. Ou si moi je le fais, mais mes concurrents ne le font pas, je suis un peu le dindon de la farce, je me fais avoir. Après, c'est sûr qu'il y a des entreprises qui sont particulièrement motrices. McDonalds, l'a été pour la loi AGEC en France.

00:16:06:11 - 00:16:25:03

Intervenant 1

Et c'est parce que Mac Donald s'est mis à bouger très très vite en France que d'autres gros enseignes ont dit : « Beh si McDonalds, ils respectent la loi, c'est qu'à priori la loi va être respectée et qu'il faut que je le fasse aussi ». Donc la loi AGEC a été effectivement un énorme accélérateur. Maintenant, c'est vrai que nous, on est beaucoup plus utile en quelque sorte quand on est sur des flux de vente à emporter, de livraison à domicile.

00:16:25:12 - 00:16:46:13

Intervenant 1

Où la logique de motiver le consommateur à ramener son contenant est plus prégnante. Mais il n'empêche qu'effectivement, ça nous a donné accès à des contacts au sein de McDonalds en septembre 2020. Une fois qu'on travaille avec McDonalds, ça ouvre des portes aussi sur pleins d'autres chaînes parce que McDonalds est largement le leader dans la restauration rapide. Tout le monde regarde un peu comment ils font parce qu'ils sont très, très, très, très fort en R&D, en conduite du changement.

00:16:47:16 - 00:17:05:15

Intervenant 1

Donc ça nous a permis de travailler avec beaucoup d'enseignes, mais le débat n'est pas fini et la transformation n'est pas finie. 1<sup>er</sup> janvier 2023 est passé, mais le gouvernement a laissé des délais aux chaînes de restauration pour se mettre en conformité en disant fin 2023 il faut que tout le monde y soit car il y aura des amendes qui vont tomber, bien entendu.

00:17:05:21 - 00:17:30:24

Intervenant 1

Mais en tout cas, le défi est remporté sur la visibilité de la France à l'international, puisqu'il n'y a pas une seule chaîne de restauration qui n'a pas réussi à au moins faire des premiers restaurants pilotes en réemploi. Et c'est bien la preuve du coup que c'est possible. Et donc ces différentes étapes effectivement amènent à toujours plus de réemploi et poussent les enseignes lorsqu'elles ont réussi à se dépêtrer un peu de la loi AGEC pour la restauration sur place, à se projeter et à dire : « ok, beh demain, je dois le faire pour la vente à emporter, la livraison à domicile ».

00:17:31:07 - 00:17:44:13

Intervenant 1

Et c'est pour ça qu'on peut travailler sur ces sujets-là, avec Sushi Shop notamment, qui se sont tout de suite projetés en disant : « Moi, je veux faire des pilotes sur la vente à emporter puisque de façon la loi m'oblige à faire à faire cette transition là aussi, c'est en accord avec mes valeurs. Donc allons-y ».

00:17:47:03 - 00:18:04:23

Intervenant 1



Alors la puce RFID ? Effectivement, chez McDo, ça a été assez intéressant de la mettre en place parce qu'une des idées c'était même si on ne fait pas de mécanique, d'incitation au retour des contenants pour le sur place, aujourd'hui, chez McDonald's, au moins avoir cette traçabilité, ça nous permet de voir comment les consommateurs se comportent justement. Combien se trompent dans le tri de l'emballage ?

00:18:04:23 - 00:18:20:22

Intervenant 1

Parce que qu'aujourd'hui, je ne sais pas si vous allez souvent chez McDo, mais ils ont changé leur meuble de tri pour inclure une poubelle spécifique pour le réemploi. Donc combien se trompent et ne mettent pas les contenants réutilisables dans cette poubelle mais dans une autre ? Et combien repartent avec les contenants ? Et s'ils partent avec les contenants ? Pourquoi ? Est-ce que c'est un vol ?

00:18:20:22 - 00:18:36:13

Intervenant 1

Est-ce que c'est un oubli ? Est-ce que c'est parce qu'ils n'avaient pas fini leur Coca ? Ou qu'ils avaient juste envie de le finir ailleurs ? Et donc tout ça, la traçabilité nous permet de le mesurer plus ou moins bien, mais en tout cas aussi de voir l'évolution du comportement des consommateurs. McDonald, c'est 2,2 millions de repas par jour en France, donc c'est juste astronomique.

00:18:36:16 - 00:18:53:17

Intervenant 1

Donc il y a tous les types de clients. Il y a des touristes, des gens qui ne parlent pas français, les gens qui ne savent pas lire, des enfants, des personnes âgées. Donc c'est ça que ça nous a permis de mesurer. Pour la restauration sur place, ce qu'on a vu, c'est qu'il y a eu des pics de vols, notamment quand les médias s'en sont emparés en janvier 2023.

00:18:53:17 - 00:19:04:23

Intervenant 1

Des articles sont sortis de partout en disant : « il y a du vol de vaisselle chez McDonald's, et cetera ». Donc il y a eu un pic de vol à ce moment-là. Mais ce qui est intéressant, c'est que petit à petit, ça diminue. Forcément une fois qu'on en a chez soi, on ne va pas faire collection non plus.

00:19:05:11 - 00:19:22:18

Intervenant 1

Donc ce qu'on essaye de mesurer, c'est voir aussi jusqu'où va aller ce palier. Quelle va être la limite de cette décroissance du taux de vol ? Je ne peux pas en tirer de conclusions aujourd'hui encore. Ce qui est sûr, c'est que pas tout le monde est au même niveau de conscience écologique sur ces sujets. Il y a des gens qui tout de suite se sont dit mais c'est génial, c'est trop bien, c'est logique même finalement, pourquoi on ne l'a pas fait avant ?

00:19:22:18 - 00:19:37:07

Intervenant 1

Et ils utilisent la solution. Il y en a qui sont complètement réfractaires qui disent : « non mais non, je ne veux pas un contenant qui est nettoyé, ça veut dire qu'il y a quelqu'un d'autre qu'il a utilisé » Ce à quoi on peut très vite répondre que c'est le cas dans tous les restaurants et vous ne vous posez pas la question. Mais voilà, il y a un truc qui dérange, donc pas tout le monde est au même niveau.

00:19:37:08 - 00:19:51:02

Intervenant 1

Ça pousse aussi à savoir comment on touche chaque consommateur qui est différent, mais de la même façon, en évitant d'avoir des pavés de texte dans les restaurants, on ne peut pas se dire que chaque

personne va lire toutes les conditions de nettoyage pourquoi on fait ça, l'impact environnemental... Ça ne marche pas comme ça dans la vraie vie.

00:19:51:02 - 00:20:07:12

Intervenant 1

Il faut juste que les gens changent de comportement n'importe d'où ils viennent. C'est difficile. Ce n'est pas simple de toucher tout le monde. Quand on fait de la vente à emporter, de la livraison à domicile, ça rajoute une complexité supplémentaire parce qu'on va demander au consommateur de ramener le contenant dans un endroit qui est potentiellement loin de son point de consommation.

00:20:07:18 - 00:20:28:11

Intervenant 1

Et c'est des choses qu'on analyse. Ce qui est sûr, c'est qu'avec toutes les lois qui arrivent, même au niveau de Bruxelles, il ne va pas y avoir le choix. Il va falloir inventer ces nouveaux usages. Ça va se massifier très fortement. Mais nous, notre rôle, c'est faire en sorte que ce soit simple pour le consommateur qu'il n'ait pas à sortir 500 applications, qu'il n'ait pas à se prendre la tête, à savoir comment il va ramener ses contenants, et cetera et l'accompagner dans cette transition-là, la comprendre et l'accompagner.

00:20:28:24 - 00:20:45:22

Intervenant 1

Et du côté des restaurateurs, c'est que ce ne soit pas leur problème. Autant que possible. C'est à dire qu'eux, leur métier, c'est de faire de la nourriture, gérer des stocks de contenants réutilisables parce qu'ils se sont dispersés dans la nature, parce qu'il y a des gens qui les ramène au bout de cinq jours d'autres au bout de trois mois. Gérer le consommateur qui va venir se plaindre en disant : « mais vous m'avez pris de l'argent ou je n'ai pas eu mes points de fidélité, alors je vous assure, j'ai ramené mon contenant réutilisable, donc je suis censé toucher mes points de fidélité ».

00:20:45:22 - 00:21:01:14

Intervenant 1

Ce n'est pas leur problème, c'est le nôtre. C'est un peu le positionnement de Pyxo là-dessus. Donc c'est pour ça qu'on parle de plus en plus chez Pyxo, de plateforme de réemploi. Parce que c'est cette volonté de se dire on a accès aux données, donc on est au cœur du réacteur quand il s'agit de réemploi.

00:21:01:14 - 00:21:20:22

Intervenant 1

Maintenant, on ne fait pas tout tout seul. Typiquement avec les données, donc on aide le restaurateur à gérer ses stocks. Mais ce n'est pas nous qui allons livrer les contenants lorsqu'il y a un manque. De la même façon, côté consommateur, on ne va pas prendre par la main chaque consommateur pour qu'il ramène son contenant. On a pleins d'interfaces avec le consommateur pour le motiver à faire le bon geste pour discuter avec lui et donc cette position de plateforme.

00:21:21:06 - 00:21:37:14

Intervenant 1

Et enfin, sur la partie nettoyage, c'est toujours la grande question de comment les contenants sont nettoyés, où ça, et cetera. Dans la grande majorité des cas, nous, on pousse à ce que les contenants soient nettoyés sur place pour une raison simple déjà, c'est beaucoup de restaurants qui sont équipés en plonges, même si parfois, il faut un peu renforcer la plonge parce qu'ils n'avaient pas l'habitude d'avoir autant de volume.

00:21:37:20 - 00:21:55:22

Intervenant 1

Généralement, ils ont des plonges. Ça limite la logistique, ça évite des déplacements de camions, et cetera autant que faire se peut. Mais il y a des restaurants qui ne peuvent pas. La volumétrie trop importante. Ils n'ont pas d'espace parce que ce n'était pas prévu pour. Ils sont obligés de sous-traiter le nettoyage. Quand ils sous traitent le nettoyage, donc il y a des entreprises, des centres de nettoyage, qui viennent à la rescousse.

00:21:55:23 - 00:22:11:22

Intervenant 1

Un centre de nettoyage, on a plein typologies différentes qui existent en France. Ils sont tous lancés, notamment grâce à la loi qui les a motivés, qui les a aidés à trouver des financements. Il y en a un peu partout sur le territoire et nous, on vient se connecter à eux aussi. Donc on ne fait pas le nettoyage à leur place. On ne fait même pas la logistique à leur place pour transporter les contenants.

00:22:12:05 - 00:22:26:01

Intervenant 1

Mais avec les données, on vient finalement faire en sorte qu'ils mettent en place une routine de collecte, de nettoyage, mais aussi de scan des contenants une fois qu'ils sont propres. Pour que nous, on ne sache pas qu'il y a un stock de contenants propres à cet endroit dans le centre de lavage et qu'on puisse le prendre en compte dans la gestion des stocks.

00:22:26:16 - 00:22:41:07

Intervenant 1

Mais ce scan au centre de lavage, il est aussi intéressant pour s'assurer que le consommateur ne nous a pas arnaqué. Si le consommateur scanne son contenant au point de collecte en disant : « voilà, je l'ai ramené, ne me prélevez pas la caution ou alors donnez-moi mes points de fidélité » et qu'on le fait, mais que finalement il récupère le contenant et il part avec,

00:22:41:07 - 00:22:57:21

Intervenant 1

le fait que le contenant, quoi qu'il arrive soit scanné au centre de lavage, ça nous fait un point de contrôle supplémentaire. En se disant : « il a bien joué le jeu effectivement, il nous l'a ramené ». Donc ça boucle un petit peu la boucle et donc nous, on est vraiment dans cette logique de plateforme qui vient interconnecter tout ce petit monde sans se substituer à leur métier qui est complexe.

00:22:57:21 - 00:23:17:14

Intervenant 1

Le réemploi, c'est une chaîne qui est immense, avec pleins d'acteurs différents, donc on n'a pas volonté à tout faire nous-mêmes mais on a volonté à essayer de fluidifier et harmoniser un petit peu tous ce circuit. Parmi tous les défis qu'on a à relever sur le réemploi, on a deux qui nous coinçait particulièrement. Le premier, c'est que le réemploi, ça a tendance à être un peu cher sur au moins l'achat des contenants.

00:23:18:12 - 00:23:32:17

Intervenant 1

Les enseignes Lorsqu'elles s'équipent en vaisselle, il y a tout un stock à acheter. Souvent, c'est un frein pour elles. Quand elles ont le choix de passer au réemploi ou pas, bien ils nous disent : « moi, j'aimerais bien le faire, mais finalement, tu me demandes quand même un gros investissement sur un truc où je ne suis pas sûr que ça va fonctionner ». Donc on se retrouvait souvent en tant que Pyxo à dire :

00:23:32:17 - 00:23:48:15

Intervenant 1

« OK, dans ce cas, je te facilite la tâche et j'achète les contenants pour toi. Je te les loue à l'usage. Une fois que tu utilises un contenant, tu paies pour ça, mais du coup, la charge, elle, revient sur Pyxo ». À chaque fois qu'on déploie un restaurant, il faut qu'on investisse dans un certain nombre de contenants : premier défi ! Deuxième défi on en parlait tout à l'heure, c'est le consommateur.

00:23:48:18 - 00:24:06:20

Intervenant 1

Il y a des consommateurs qui sont très prêts, très volontaires et c'est top. On adore ! Mais il y a des consommateurs où c'est un peu plus compliqué. Ils ne voient pas vraiment l'intérêt. On leur demande de faire 500 écogestes par jour. C'est celui de trop parfois. Et donc on avait besoin de motiver le consommateur, lui faire sentir quand même cette transition qui est forte et que dans ses yeux, ce ne soit pas juste un changement d'emballage :

00:24:06:22 - 00:24:26:22

Intervenant 1

On ne passe pas juste à un truc qui était jetable, à un truc qui est réutilisable. OK so what. Donc pour ça on a réglé les deux problèmes en un an. On a créé une solution de financement où à chaque fois que nous on a besoin d'acheter des contenants réutilisables au lieu de l'acheter nous-mêmes, on le fait financer par les consommateurs eux-mêmes, dans une zone géographique dans laquelle vont être déployés les contenants, les consommateurs peuvent investir dans ces contenants réutilisables.

00:24:27:14 - 00:24:50:01

Intervenant 1

Sauf que pour vraiment les motiver au système de réemploi, on ne va pas les rembourser comme un prêt, c'est à dire leur verser une mensualité pour leur investissement. Ils ne vont pas non plus investir au capital de Pyxo. Ce n'est pas du crowdfunding comme on le connaît vraiment. En revanche, à chaque fois que les contenants réutilisables dans lesquels ils ont investi tournent, c'est à dire qu'un restaurateur l'utilise parce qu'un consommateur l'a demandé et qu'on facture le restaurateur pour cet usage du contenant.

00:24:50:07 - 00:25:07:12

Intervenant 1

En fait, cette facture, on en reverse une partie à l'investisseur. Ce qui veut dire que l'investisseur y gagne de l'argent uniquement quand le réemploi fonctionne. Ce qui veut dire que s'il a investi dans des contenants réutilisables de la zone géographique sur laquelle il se trouve, plus il fait en sorte que le réemploi fonctionne donc avec sa famille, ses amis ou lui-même, il demande du réemploi en restaurant, plus il va gagner de l'argent.

00:25:07:12 - 00:25:29:24

Intervenant 1

Et plus les contenants réutilisables durent longtemps, donc ont une durée de vie élevée, plus il va gagner d'argent car nous on facture toujours la même chose au restaurateur. Donc si le contenant, il fait dix cycles ou s'il en fait 500, ce n'est pas la même rentabilité de produits financiers. Et enfin, plus les contenants reviennent rapidement au point de vente, donc plus les utilisateurs de ces contenants se dépêchent d'aller les ramener pour qu'ils tournent à nouveau, plus ils gagnent à nouveau de l'argent.

00:25:30:05 - 00:25:46:12

Intervenant 1

Donc en gros, notre but, c'était vraiment de motiver le consommateur investisseur aux mêmes métriques du réemploi que nous. Finalement, on a les mêmes intérêts et il se trouve que nos intérêts sont plus alignés avec l'impact environnemental. Finalement, à chaque fois que je gagne de l'argent, c'est un emballage jetable qui a été évité. Donc c'est ce qu'on appelle de la money for impact.

00:25:46:12 - 00:26:07:05

Intervenant 1

C'est direct. Donc si on a envie d'investir et de participer à cette aventure-là, il y a un site dédié qui est Pyxo point érable comme l'arbre point Com. C'est une plateforme avec notre partenaire érable qui permet donc déjà de s'inscrire pour être au courant de chaque levée qu'on va faire sur le sujet, mais aussi d'acheter les contenants réutilisables et il y a deux possibilités pour ça.

00:26:07:09 - 00:26:26:15

Intervenant 1

Soit on est un petit peu habitué du monde du Web3 et de la blockchain et dans ce cas, on peut utiliser un wallet pour acheter les contenants, ce qui est la façon la plus directe de le faire, qui évite certaines commissions qu'il y a entre les deux. Soit on ne s'y connaît absolument pas et on n'a pas envie de s'y connaître, voire même ça nous fait peur et dans ce cas, il y a érable qui a développé une solution qui permet d'acheter les contenants qu'on vend directement avec sa carte bancaire.

00:26:26:20 - 00:26:51:24

Intervenant 1

Dans ce cas, Érable devient gestionnaire du wallet sous-jacent en quelque sorte, pour votre compte. Il y a des commissions en plus forcément, mais en revanche, c'est beaucoup plus facile d'accès. Une fois que vous avez investi, vous avez accès à un tableau de bord qui vous donne accès à toutes les données des contenants réutilisables qui tournent, et cetera Nous, à chaque fois qu'on touche de l'argent toutes les semaines, on reverse dans une trésorerie commune entre tous les investisseurs qui ont participé à cette levée-là, l'argent qui est collecté et à tout moment, lorsque vous voulez récupérer votre argent, vous cliquez sur un bouton.

00:26:51:24 - 00:27:20:16

Intervenant 1

Ça brûle l'investissement, vous touchez la partie qui vous revient de la trésorerie commune et vous sortez. Mais si vous n'avez pas envie de sortir de l'argent, les contenants ont une durée de vie théoriquement un peu infinie. Parce que ce qui se passe, c'est que s'il y a quelqu'un qui vole le contenant, nous, on encaisse une caution en face et avec l'argent de la caution, nous on rachète un contenant et on le remplace.

00:27:20:16 - 00:27:39:11

Intervenant 1

Alors pour la durée de vie des contenants, c'est un peu la clé de l'impact environnemental de la solution. En ce moment, il y a beaucoup de ACV, donc analyses de cycle de vie / analyses d'impact environnemental qui sortent sur le réemploi, qui disent qu'il faut que le contenant réutilisable atteigne un certain nombre d'usages pour que ce soit mieux que le jetable. Et c'est logique : un contenant réutilisable, c'est plus costaud, c'est plus robuste, donc ça coûte plus cher en ressources à fabriquer.

00:27:39:21 - 00:27:54:24

Intervenant 1

Donc si on le paume au bout du premier usage, bah finalement il ne fait pas le poids par rapport à un contenant jetable évité. Honnêtement, ça dépend un petit peu des circuits. Ce serait dur de faire une généralité, par exemple quand les contenants y sont servis pour de la vente sur place où ils ne sont jamais transportés, ils sont nettoyés sur place et ils tournent au sein d'un même restaurant, honnêtement, en quelques cycles, aller 7 à 10 7 à 10 usages, on est largement mieux que le jetable.

00:27:55:10 - 00:28:13:18

Intervenant 1

Il n'y a pas trop de problème. Quand les contenants commencent à beaucoup se déplacer, notamment lorsqu'il y a de la plonge sous-traitée, et bien là, ça va dépendre un petit peu de la distance au centre de lavage. Plus ils vont parcourir des kilomètres et moins le camion va être rempli aussi, parce que ça dépend du taux de remplissage du camion, moins ça va être intéressant.

00:28:14:01 - 00:28:29:04

Intervenant 1

Une super étude qui a été faite au Michigan, c'est une ville dans le Michigan qui est passée au zéro déchet, un peu sur tous les flux, qui est une sorte de test à l'échelle d'une ville. Et on se rend compte qu'en moyenne entre sept et quatorze cycles, c'est ce qu'il faut pour qu'un emballage réutilisable devienne mieux qu'un emballage jetable.

00:28:29:19 - 00:28:45:06

Intervenant 1

Maintenant, la question qu'on nous pose souvent au niveau des restaurateurs, c'est : « OK mais alors, dans votre catalogue, quels sont les contenants réutilisables les plus durables, ce qui est plus costaud, et cetera » Sauf que ce n'est pas vraiment ce qu'il faut regarder aujourd'hui. Il faut savoir qu'aujourd'hui, un contenant réutilisable disparaît, non pas parce qu'il est trop abîmé, parce qu'il est volé.

00:28:45:19 - 00:29:03:18

Intervenant 1

Ça, c'est mathématique. Si vous avez un taux de retour des contenants, un taux de retour des contenants, c'est statistiquement quel est le pourcentage de chance, lorsque je distribue un contenant qu'il me revienne ? Que le consommateur joue le jeu ? Si vous avez un taux de retour des contenants de 95 %, ce qui est à peu près ce qu'a Pyxo aujourd'hui, on se rend compte que ce n'est pas la durée de vie réelle du contenant qui va jouer.

00:29:03:18 - 00:29:19:16

Intervenant 1

C'est plus le fait qu'il va être volé bien avant d'arriver à la fin de sa vie. Et c'est pour ça qu'en fait les entreprises comme Pyxo, on n'est pas les seuls à faire ça, travaillent autant sur l'expérience consommateur et sur la motivation au retour des contenants auprès du consommateur. Ce n'est pas pour les embêter, c'est parce qu'en fait, l'impact environnemental découle entièrement de cette métrique.

00:29:19:23 - 00:29:35:13

Intervenant 1

Alors il y a les efforts que nous on fait, qui vont forcément beaucoup aider. Il y a aussi la logique de standardisation des contenants. Si Burger King, KFC, McDonald's ont les mêmes contenants, il n'y a pas de logo dessus. Ils sont tous gris. Bon, peut-être qu'ils vont être un petit peu moins volés. Ou alors que justement, une fois qu'on aura un petit stock chez soi, on va arrêter.

00:29:36:00 - 00:30:00:07

Intervenant 1

Il y a plein de paramètres comme ça, mais c'est la métrique clé, c'est le taux de retour des contenants et c'est ça qui fait que le contenant réutilisable est mieux.

Les challenges pour Pyxo ? Honnêtement, le challenge numéro un du moment, c'est les lois. La loi française est vraiment bien et unique au monde. Il y a déjà des pays qui sont en train de copier, mais il y a une loi européenne qui est en train de sortir en ce moment, qui est en tout cas soumise au vote, qui s'appelle PPWA et qui doit donner des objectifs de ré emploi pour toute l'Union européenne.

00:30:00:19 - 00:30:24:17

Intervenant 1

On discutait encore avec un parlementaire la semaine dernière sur ce sujet-là. C'est la première fois dans son histoire au parlement européen qu'il voit autant d'argent de lobbies dépenser pour contrer cette loi. C'est faramineux. Il faut rappeler que le marché des emballages au monde, c'est 1000 milliards de dollars. Si demain le PPWA passe avec des objectifs de réemploi élevés, ça veut dire qu'en 2040, quand vous vous rendez dans un supermarché, tous vos pots de farine sont dans des contenants standards.

00:30:24:21 - 00:30:40:23

Intervenant 1

Donc qu'est ce qui fait que vous allez choisir la farine Francine plutôt qu'une autre ? Finalement, ce sera peut-être sur sa qualité et moins sur le packaging. C'est une remise en question totale d'énormément de business models, au-delà de l'argent qui est dépensé dans les emballages chaque année. Il faut savoir que les emballages jetables, ça représente 40 % de tout le papier qui est consommé en Europe. 50 % de tout le plastique.

00:30:40:23 - 00:30:55:23

Intervenant 1

Donc ce sont des enjeux qui sont pharaoniques, ce qui fait que c'est un beau défi pour nous de faire en sorte que ces lois, elles continuent à passer parce que l'impact environnemental est indéniable. Donc, c'est le gros défi du moment. Maintenant, au-delà de ça, on ne se limite pas à attendre tranquillement que des lois arrivent.

00:30:56:05 - 00:31:10:18

Intervenant 1

On continue nos explorations, notamment avec Érable, donc sur la plateforme de financement des contenants, pour essayer de motiver et d'impliquer le consommateur dans cette transition. Qu'il ait quelque chose à y gagner finalement, et que du coup, il s'approprie la transition et que pour une enseigne où de chez qui ça peut être un peu compliqué de passer au réemploi, ça lui fait un peu peur.

00:31:10:18 - 00:31:30:13

Intervenant 1

Elles se disent en fait que les consommateurs le demandent. Il y a tout le monde qui est assez motivé. Moi-même, en tant que directeur de restaurant, je pourrais acheter mes contenants qui circulent chez moi et gagner un peu d'argent donc autant que je le fasse. Donc, on joue un peu sur les deux pans pour faire en sorte que, d'une part, les lois soient de plus en plus ambitieuses, mais d'autre part aussi que d'un point de vue consommateur et restaurateur, ce soit de plus en plus accessible et qu'ils aient envie de le faire.

00:31:30:24 - 00:31:48:15

Intervenant 1

Pyxo son rôle, c'est donc d'accompagner cette transition du jetable vers le réutilisable en simplifiant la vie du consommateur, du restaurateur. Et à titre individuel, à titre de consommateur, je pense que de plus en plus, c'est ce qu'il faut faire. Faut consommer responsable, il faut éteindre les lumières, faut limiter le chauffage, bien entendu. C'est presque malheureusement aujourd'hui une base qu'il faut avoir.

00:31:49:03 - 00:32:08:01

Intervenant 1

En revanche, il faut aller un peu plus loin et peut être s'engager un peu plus pour montrer qu'en tant que Français, on est prêt. On a envie que ça bouge et que ce n'est pas une question qui doit être réglée dans les arrières-boutiques de l'Assemblée nationale, entre lobbyistes et décideurs, que finalement on a le droit de décider autrement, qu'on fait partie de ces mouvements-là qui veulent changer les choses et qui honnêtement, le font plutôt bien.

00:32:08:09 - 00:32:25:19

Intervenant 1

Et la vraie grosse baffe qui m'a fait un peu redescendre sur ces sujets-là, c'était pendant le vide. Comme beaucoup de gens, je pense que j'ai eu le temps de lire et notamment je me suis penché sur des livres qu'on m'avait conseillés et que je n'avais jamais pris le temps de lire, comme le rapport Meadows ou Comment tout peut s'effondrer de Pablo Servigne.

00:32:27:08 - 00:32:45:18

Intervenant 1

L'âge des low tech de Philippe Bihouix. Absolument brillant. Je le recommande. Ces livres qui nous font nous rendre compte que non, la technologie, La science ne peut pas nous sauver. En fait, il y a une logique de la croissance. Ce n'est pas possible dans un monde avec des ressources finies. Et ça, c'était là baffe pour moi : « ok mais j'ai créé une entreprise, Pyxo existait déjà. Or une entreprise, son but, c'est faire de la croissance.

00:32:45:18 - 00:33:02:19

Intervenant 1

Donc en fait, comment je m'inscris là-dedans ? Comment je suis cohérent avec moi-même, ne serait-ce que parce que j'ai une entreprise ». Alors il y a une certaine logique. Pyxo apporte un bien à la planète et surtout, on fait une croissance sur un marché qui est aujourd'hui plus délétère. Donc en fait, je vole des parts de marché à quelque chose qui est moins bien pour la planète.

00:33:02:22 - 00:33:18:10

Intervenant 1

Donc en fait, les entreprises ne vont pas nous sortir de là, voir même les pouvoirs publics, ils font des choses bien, ils font des lois qui sont restrictives, et cetera Mais pour citer Jean-Marc Jancovici, la différence entre la sobriété et la pauvreté, c'est que la sobriété, elle est choisie et que globalement, c'est ça qu'il faut faire. Il faut choisir la sobriété.

00:33:18:10 - 00:33:31:15

Intervenant 1

Il faut se restreindre dans notre consommation de manière assez drastique pour qu'on atteigne ses objectifs. Faut pas attendre que ça tombe de belles entreprises à impact comme Pyxo et je suis ravi d'y contribuer. Mais en fait, on ne va pas tout résoudre. Il va falloir aussi changer drastiquement nos modes de consommation.