

# Retour d'expérience sur le démonstrateur JMB

(8 mois de passage à l'échelle suite au test préalable de 9 mois)

**But initial : créer filière de collecte et de valorisation des bouteilles en verre.**

**Phase 1 :** 2015-2016 Etudes, constitution du collectif, choix du modèle de filière

**Phase 2 :** 2016-2017 Test de la filière : collecte, lavage, revente et R&D en petits volumes

**Phase 3 :** 2017-2018 Démonstrateur : développement des ventes, de la collecte et actions à grande échelle

En fin de Phase 1, des hypothèses ont été posées (chiffres à atteindre après le passage à l'échelle), conditionnant la réussite future de la filière.

Aujourd'hui, certains chiffres sont faibles quand d'autres sont encourageants, ce malgré la perte du partenaire de la filière (groupe Pernet) dans les premiers mois du démonstrateur.

Voici un retour ligne par ligne (pour les détails, consultez le tableau indicatif en PJ) :

## **Objectifs non atteints :**

1 - Nombre de bouteilles collectées (stagnant au lieu de x10)

ANALYSE : nécessite une bonne structuration logistique au préalable puis du démarchage et de la communication (signal ++ population)

2 - Logistique (+ laveuse) (organisation absente et coûts élevés)

ANALYSE : la perte du partenaire local qui pratiquait la logistique inversée nous a obligé à trouver une solution de secours plus onéreuse et moins organisée. Pour réduire les coûts, la structuration et la massification de la collecte sont nécessaires.

Pour remplacer la laveuse locale, 2 solutions se présentent : investir pour relocaliser le lavage ou préparer un projet régional grande ampleur avec lavage en Bourgogne.

3 - Coût du SAV très important au lancement

ANALYSE : bien que normal en début d'activité, le surcoût du SAV montre malgré tout un manque d'homogénéité dans les exigences qualité et le suivi logistique mis en place.

4 - Coût commercial trop important

ANALYSE : normal en début d'activité surtout pour une filière naissante. Il faut toutefois observer s'il n'y a pas un volume minimum de commande sous lequel il n'est pas rentable de vendre. Dans ce cas, il faudrait trouver un relais commercial pour les petites commandes. Dans tous les cas, pour une activité récurrente avec un nombre défini de clients, le coût commercial devrait considérablement diminuer à terme mais les efforts restent nécessaires.

5 - Taux de conversion aux étiquettes à colle soluble très faible.

ANALYSE : bien que peu d'efforts aient été fournis sur ce critère, il apparaît de plus en plus discutable de viser 60% de taux de conversion. Il faudrait donc soit trouver une incitation au changement soit ouvrir vers des marchés aux pratiques différentes en termes d'étiquetage (bière, limonades etc...)

6 - Taux de conversion des moyen et gros domaines quasi nul (5%-0%).

ANALYSE : Solutions techniques à apporter ou faire accepter un compromis pour le producteur (par ex : passage en bio => plus de marge de manoeuvre)

7 - Bilan économique : Actuellement, Coût de revient 88ct (proto collecte + commercial) / Coût visé 22ct => la filière s'épuise rapidement

ANALYSE : c'est là que le manque de logistique inversée se fait fortement sentir. Car même en envisageant la diminution rapide des coûts commerciaux et de SAV, le transport des bouteilles reste trop coûteux. Seule une logistique précise basée sur des camions pleins permettrait de parvenir à 22ct. Il nous faut donc structurer, automatiser et massifier. Maximiser le rendement de lavage + Massifier la collecte + Diviser par 10 le coût commercial

### **Objectifs atteints ou dépassés :**

1 - Citoyens +++ (+ CHR + magasins)

2 - Croissance des parts de marché (0,02 => 0,6 %)

3 - Taux de conversion des petits (<50k par an) : 40%

4 - Prix de vente = validés (neuf-20%)

5 - Signaux positifs à horizon 2020-2021 (Accompagnement au bio par la fruitière incluant potentiellement du réemploi, Cadre légal, européen, Appui région)

### **CONCLUSION :**

Les signaux sont extrêmement positifs tant en amont (citoyens, collectivité) qu'en aval (vignerons). En effet, les 18 derniers mois ont prouvé qu'avec des efforts soutenus dans l'une ou l'autre des directions, il était possible de faire croître le gisement à collecter aussi bien que la demande en bouteilles lavées chez les vignerons.

La formule entre les deux n'a cependant pas encore été trouvée et il faut reconnaître que sans l'aide du Groupe Pernet, notre filière se retrouve dans l'obligation de massifier rapidement son activité.

Il ressort également qu'une personne seule ne peut réunir tout le spectre des compétences attendu pour développer une telle filière de façon pérenne.

Nous proposons donc de soutenir auprès de la Région BFC un projet régionalisé couvrant les vignobles bourguignon et jurassien autour d'un lavage sur le site Cheveau. Pour ce faire, il faudra au minimum pouvoir financer 2 postes à temps plein sur les 3 prochaines années. Le soutien du CIVJ et du CIVB semblent également prépondérants pour l'obtention d'un tel financement.