

**DOSSIER CANDIDATURE**  
**TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2019**  
**Catégorie « Espoirs de la RSE »**

**NIIJI (59)**

Dossier suivi par Camille Muller, avec l'appui de Laurie Decoux et Sophie Letartre, Réseau Alliances

---

## **I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE**

---

### **1. INFORMATIONS GENERALES**

---

Raison sociale : Niiji

Statut : SAS

Date de création : 20/09/2017

Domaine d'activité : emballage réutilisable

Territoires d'action : région Hauts-de-France principalement pour le moment

Effectif : 2

Adresse complète : labo 153 La Condition Publique, 14 place Faidherbe - 59100 Roubaix

Contacts :

Céline SCAVENNEC, Présidente

[celine.scavennec@niiji.fr](mailto:celine.scavennec@niiji.fr) / 06 70 26 66 48

Pauline DUBUIS, Chargée de projet

[pauline.dubuis@eatandback.com](mailto:pauline.dubuis@eatandback.com)

Site Internet : [www.niiji.fr](http://www.niiji.fr) ou [www.eatandback.com](http://www.eatandback.com)

Compte twitter : @eatandback

Prix et nominations :

- Lauréate Accélérateur Rev3, promo 2018
- Lauréate concours Food Creativ 2018, catégorie Innovation durable
- Prêt d'honneur réseau initiative : « initiative remarquable »
- « Mel Maker » 2018

Certifications :

- ACV avec le CD2E, soutenu par l'ADEME (en cours)

## 2. CONTEXTE & ACTIVITE

---

### 1) Racontez-nous l'histoire de votre structure ?

En fréquentant les festivals et les concerts, j'ai vu comment le concept des gobelets réutilisables consignés à 1€ était rapidement entré dans les habitudes et avait permis de réduire considérablement les déchets de gobelets jetables. Pourtant, si cette solution existe pour les boissons, elle n'existe toujours pas pour les repas. Ainsi, m'est venue l'idée de créer une **lunchbox réutilisable pour remplacer le tout jetable**.

Le déclic, c'est le *Mooc* « devenir entrepreneur du changement » de Ticket For Change, qui m'a permis d'affirmer ma motivation à m'engager dans la création d'une entreprise et de structurer mes idées en un projet solide. A la suite j'ai intégré l'incubateur *Cré'innov* à Villeneuve d'Ascq. Suivent les rencontres déterminantes : Saadia Ouchiar, docteur en sciences des matériaux, Baptiste Menu, designer spécialiste en éco-conception, et Plastisem une entreprise locale de plasturgie partante pour ce défi. **La collaboration qui s'est engagée dès le départ avec la société Plastisem à Tourcoing nous a amenés à développer un partenariat très fort en recherche et développement**, qui démontre l'intérêt de la proximité et du choix du local : Plastisem a accompagné le projet de A à Z : dans les études de conception des moules, leur fabrication, le test des différents matériaux biosourcés etc. Il en ressort une collaboration exemplaire que l'entreprise a valorisée sous forme de « guide » et « cas pratique ».

En septembre 2017, la SAS Nijji voit le jour avec l'accompagnement de nombreuses bonnes fées (merci aux Clubs Cigales, à l'accélérateur Rev3 etc.) afin de lancer la solution « Eat and Back ».

### 2) Expliquez l'activité de votre entreprise

La société Nijji apporte une **solution « zéro déchet » sur le marché de la restauration nomade**, qui permet aux professionnels de la restauration de se passer des emballages jetables.

#### **Pourquoi ?**

Aujourd'hui, on se fait livrer un repas en 2 clics, on achète à emporter, on commande des plateaux-repas au bureau... Hélas, tout est servi dans des emballages jetables qui sont une véritable menace pour la planète : pollution plastique, consommation de ressources, émissions de CO<sub>2</sub>, coût de traitement des déchets etc.

Chacun peut utiliser sa propre *lunchbox* au quotidien mais un usage massif et collectif maximise l'impact positif sur l'environnement et le climat. C'est pourquoi nous avons imaginé une solution « zéro déchet » pour les professionnels.

Cette solution s'appuie sur un produit innovant (1), une *lunchbox* réutilisable, et les services numériques de consigne (2).

- 1) La **lunchbox est éco-conçue et fabriquée à Tourcoing en matériaux biosourcés** : c'est donc une alternative durable au plastique pétrochimique et qui favorise l'emploi local. C'est surtout un système de contenants de 500ml ou 800ml qui s'empilent verticalement, à la manière des bentos japonais, et qui s'adaptent ainsi à une grande diversité de repas à délivrer, avec un véritable avantage concurrentiel : la légèreté.
- 2) Mais ce qui en fait une véritable alternative au jetable, c'est son **service de consigne numérique** : en effet, la *lunchbox* est consignée pour 10€. Oups, c'est dissuasif !
  - ➔ Grâce à la consigne numérique (via une application smartphone), vous n'avez pas à avancer ces 10€ : vous empruntez la *lunchbox* auprès du restaurant qui vous vend le repas et vous la ramenez dans la semaine (dé-consigne).
  - ➔ Cette infrastructure numérique est avant tout un service de gestion de stock : en effet, à la différence des emballages jetables, les contenants réutilisables vivent de manière circulaire et il est nécessaire de

suivre leur parcours aux différentes étapes (boîte propre disponible prête à l'emploi, boîte en circulation auprès du client, boîte revenue à nettoyer, boîte nettoyée redevenue disponible prête à l'emploi).

### 3) Complétez vos résultats dans le tableau suivant

→ 1<sup>er</sup> bilan en cours

### 4) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?

La question de la responsabilité est le fondement même de la création de *Eat and Back*. Notre solution contribue à résoudre un problème (la surproduction des déchets, le tout jetable) révélateur d'un mode de consommation non responsable et non durable.

J'ai décidé de candidater aux Trophées de l'Economie Responsable parce que je me retrouve dans les valeurs défendues par Réseau Alliances et la majeure partie de ses membres ; c'est d'ailleurs pour cette raison que j'ai adhéré et participé au parcours « Jeunes entrepreneurs de l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération ». Avec le développement du projet, j'envisage de rejoindre plus tard le mouvement *B Corp* et cette candidature peut m'aider dans ce chemin.

---

## II/ STRATEGIE

---

### 1. MISSION ET VALEURS

---

#### 1) Quelle est la mission/la raison d'être de votre entreprise ?

Promouvoir une consommation éco-responsable et changer les habitudes de consommation, afin de réduire nos déchets, de lutter contre la pollution plastique et de préserver la planète.

#### 2) Quelles sont vos valeurs ?

Mes valeurs s'appuient sur les 3 piliers du développement durable :

- **L'environnement** : réduction des déchets, solution éco-responsable
- **L'économie** : rentabilité économique de l'entreprise par un modèle de l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération (qui sort de l'économie linéaire)
- **Le social** : créativité, innovation et design, emploi local

## 2. ENJEUX ET OBJECTIFS

---

### 1) Quels sont les enjeux RSE liés à votre activité ?

- **Réduction des déchets d'emballages jetables** sur le marché de la restauration livrée ou à emporter.
- **Proposer une solution « grand public »** afin d'avoir un impact maximum : l'enjeu est de dépasser le cercle (ou la « niche ») des personnes déjà convaincues. Ceci amène à créer du lien humain et à rassembler l'ensemble des parties prenantes : les professionnels de la restauration (mes clients), les consommateurs (les clients de mes clients), les prestataires éventuellement associés pour la logistique ou le nettoyage de *lunchbox* (les partenaires de mes clients).

### 2) En fonction de ces enjeux, quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?

#### ⇒ **Economiques :**

- Permettre à mes clients de se différencier sur le marché très concurrentiel de la restauration livrée ou à emporter grâce à une solution « zéro déchet ».
- Baser le modèle économique de l'entreprise sur les principes de l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération : l'équipe *Eat and Back* accompagne ses clients avec une démarche de *codesign* pour déterminer le « parcours-utilisateur » des *lunchboxes* ; puis le client loue la quantité de *lunchboxes* nécessaire pour son service quotidien et souscrit aux services de consigne numérique associés. Mon client n'achète plus de fournitures jetables, mais pour un prix identique par mois, il loue la solution intégrée *Eat and Back*.
- Produire localement : la *lunchbox* est fabriquée à Tourcoing et les services numériques sont développés avec des partenaires de la région à la Serre numérique de Valenciennes, hébergement cloud OVH.

#### ⇒ **Sociaux :**

- Produire du lien humain par l'échange entre commerçants et consommateurs ; privilégier le partage de *lunchboxes* plutôt que la possession : ces liens renforcent la confiance et la fidélisation.
- Collaboration comme outil de sensibilisation à la réduction des déchets.
- Formation : partenariat local avec l'IMMD à Roubaix (et éventuellement d'autres établissements par la suite) : travaux avec les étudiants, accueil de stagiaires et apprentissage.
- Inclusion sociale : partenariat avec des ESAT pour le nettoyage des *lunchboxes*.

#### ⇒ **Environnementaux :**

- Promouvoir le « zéro déchet » et les alternatives au jetable ; lutter résolument contre les produits à usage unique qui sont consommateurs en ressources naturelles.
- Promouvoir les matériaux biosourcés comme alternative au plastique pétrochimique. L'utilisation de matériaux biosourcés permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre au cours de la fabrication du produit. Les ressources végétales utilisées sont renouvelables et ne contiennent pas de substances perturbatrices pour l'environnement ou la santé humaine. L'éco-conception et le design de la *lunchbox* garantissent une recyclabilité à 100%.
- L'application *Eat and Back* propose un outil de « calculatrice CO<sub>2</sub> » qui convertit l'usage de la *lunchbox* en quantité de CO<sub>2</sub> évitée, et donc en bénéfice chiffré pour la planète. Cet outil est en cours de développement dans le cadre de l'ACV fonctionnelle, réalisée actuellement avec le CD2E.

⇒ **Sociétaux :**

- Sortir ensemble des emballages à usage unique et du tout-jetable.
- Impulser une dynamique territoriale positive : la collecte et le traitement des déchets sont une charge collective gérée par les collectivités territoriales (ici la MEL).

---

### III/ DEMARCHE ET ACTIONS

---

Pour votre entreprise, expliquez :

**1) Gouvernance et conditions de travail : organisation, relations et conditions de travail, égalité des chances, lutte contre les discriminations, diversité, formation, bien-être des collaborateurs...**

Les statuts de SAS de Niji ont été rédigés en intégrant les critères de l'agrément ESUS.

Un **comité de gouvernance** accompagne la stratégie de l'entreprise : il rassemble parrains/mentors, associés, organismes d'accompagnement, et permet un dialogue fécond.

A travers des ateliers de *co-design* du « parcours-utilisateur », nous avons instauré un climat de **coopération avec les parties prenantes**.

Conditions de travail : l'entreprise est hébergée dans un Labo de la Condition Publique à Roubaix ; il s'agit d'un espace ouvert, dynamique, agréable et propice aux rencontres nouvelles. Actuellement, nous y travaillons à 2 au quotidien, et nous avons un **partenariat avec les écoles de Roubaix** (IUT TC, IMMD, ESAAT et EDHEC à travers son association Dévelop') et la Métropole (IAE) à qui nous transmettons les offres de stage.

La première stagiaire accueillie en 2018 souhaite revenir en 2019, puis rester dans l'entreprise pour effectuer son Master de marketing en alternance.

**2) Environnement**

• **Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ? (matières premières, eau, énergies)**

- **Matériaux biosourcés** pour la fabrication des *lunchboxes*
- **Accessoires additionnels textiles**
- **Energies** : la mise en œuvre du biosourcé nécessite moins d'énergies que le plastique pétrochimique. Le développement de l'application *Eat and Back* a été éco-conçu de manière à être moins consommateur d'énergie : choix *low-tech*.
- **Eau** : pour le nettoyage des *lunchboxes* ; veille sur les outils les moins consommateurs en eau. Un programme de R&D est envisageable (à partir d'un certain volume) pour optimiser le nettoyage en lave-vaisselle.

• **Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ? Quels moyens mettez-vous en œuvre pour limiter ces impacts ?**

Concernant les matériaux, l'écoconception du *design* de la *lunchbox* permet une réelle recyclabilité locale.

Pour les accessoires textiles, **nous portons une attention particulière au *sourcing* avec des partenaires locaux** (*Fashion GreenDays* notamment) et privilégions la fabrication locale et la récupération de chutes d'élastiques de confection (upcycling).

**ACV fonctionnelle en cours de réalisation par le CD2E** avec le soutien de l'ADEME : cet outil permettra de comparer le coût CO<sub>2</sub> des emballages jetables avec d'une part la *lunchbox* biosourcée que nous avons conçue mais aussi avec

des bocaux en verre. Ainsi, mon client (restaurateur) mais aussi le client de mon client (le consommateur final, particulier ou entreprise) disposeront de la quantité chiffrée (et validée scientifiquement) de CO<sub>2</sub> évitée grâce à leur geste éco-responsable.

**Comment se passe la fin de vie de la *lunchbox* ?** Comme tout objet, la *lunchbox* n'est pas éternelle et peut s'abîmer après plusieurs utilisations. Elle a été testée par un bureau d'étude indépendant, spécialisé dans l'emballage alimentaire jusqu'à 100 cycles (réception de repas, plat réchauffé au micro-ondes, lavage en lave-vaisselle pro, et on recommence...). Les boîtes mises en service dans le système de location (le plus gros volume de produits) restent sous notre contrôle ; elles ont donc 2 voies possibles à leur sortie du circuit :

- réemploi pour un usage non alimentaire de la boîte, par exemple en jardinerie
- broyage à Tourcoing pour produire un matériau recyclé disponible pour d'autres applications

3) **Bonnes pratiques d'affaires : relations avec les fournisseurs, partenaires, concurrents, démarche d'achats...**

**Choix du local pour les fournisseurs et prestataires.**

**Notre principal fournisseur, le fabricant des *lunchboxes* à Tourcoing, est également associé de l'entreprise.**

**Les services numériques sont également développés par des partenaires régionaux**

Peu de concurrents à ce jour, mais de nouveaux acteurs émergent chaque semaine ! Nous nous rencontrons au niveau national dans le cadre du Réseau Consigne, de Zero Waste France, du Réseau Vrac, du Mouves.

**Avec la plupart des acteurs, nous recherchons les complémentarités et la parole commune.**

4) **Clients : proposition d'une offre responsable, relations clients, accessibilité de l'offre, sensibilisation à la consommation responsable**

La vocation de *Eat and Back* est certes de sensibiliser au « zéro déchet » et à la nécessité d'une consommation éco-responsable, mais surtout de **faire sa part**.

La solution *Eat and Back* propose une **réponse concrète au problème des déchets et des emballages à usage unique** en particulier. Loin de culpabiliser les professionnels de la restauration qui doivent utiliser des contenants alimentaires pour délivrer les repas à emporter, plateaux en livraison, etc. nous avons voulu lancer **un mouvement vers le « zéro déchet » en les associant dès le départ**. C'est en écoutant leurs besoins que s'est construite l'offre commerciale *Eat and Back*.

**Les clients** de l'entreprise se répartissent en 5 segments :

- **Les traiteurs** qui préparent des plateaux-repas en livraison dans les entreprises.
- **Les restaurants** qui vendent à emporter : *lunchboxes* en dépôt-vente et réduction sur les prix des repas si le client revient avec sa *lunchbox*.
- **Le marché de l'événementiel, les festivals, les foodcourts ou foodmarkets.**
- **Les collectivités, les universités** : expérimentation avec le CROUSS de Grenoble à partir de septembre 2019.
- **Les distributeurs, les revendeurs** : la *lunchbox* est actuellement disponible dans des magasins de la métropole. Des démarches sont en cours pour le référencement auprès des enseignes de distribution.

## Modèle basé sur l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération :

- L'équipe *Eat and Back* accompagne ses clients par une démarche de *co-design* pour déterminer le « parcours-utilisateur » des *lunchboxes* : est-il préférable d'acheter ou de louer des contenants ?
- puis le client achète ou loue la quantité de *lunchboxes* nécessaires pour son service quotidien ainsi que les services de gestion de stock et de consigne numérique associés.
  - ➔ Mon client n'achète plus de fournitures jetables (**5% du chiffre d'affaires sur le plateau-repas**), mais pour un prix identique par mois, il loue la solution intégrée *Eat and Back* (**2,5€/mois/lunchbox**, abonnement pour 6 mois minimum).

L'offre de solution intégrée « zéro déchet » permet à nos clients de la proposer à leur tour à leurs consommateurs. La partie service de l'offre *Eat and Back* a vocation à **lever les freins à l'adoption d'un système de contenants consignés en se passant de la consigne en cash**. L'outil permet la **fidélisation** aux restaurants/enseignes affiliés à *Eat and Back*, et permet également de **récompenser le geste éco-responsable** (par exemple : réductions ou dessert offert au bout de 10 utilisations, car c'est 10 barquettes plastiques en moins dans les poubelles !).

Nous développons une communication qui permet à nos clients de s'adresser à leurs clients finaux en relayant les **messages de sensibilisation au « zéro déchet »**.

- ➔ Utilisation des réseaux sociaux, valorisation du geste éco-responsable par l'outil de **gamification** de l'application *Eat and Back*.

A l'étape du POC (*Proof of Concept*), notre stratégie est forcément influencée par les expérimentations avec nos premiers clients.

Notre démarche de *co-design* permet d'**accompagner des entreprises de la restauration qui n'étaient pas nécessairement sensible au problème des déchets** auparavant.

- 5) **Engagement sociétal** : création d'emplois, partenaires avec les acteurs de la société civile (associations, écoles, pouvoirs publics, etc.), engagement local, insertion, travail avec ESAT, EA...

L'ensemble des parties prenantes – les restaurateurs qui font à manger, leurs clients qui achètent les repas, les prestataires associés pour le lavage ou le transport des *lunchboxes*... – contribue à changer nos modes de consommation et à sensibiliser aux enjeux climatiques.

Le design original de la *lunchbox* témoigne de ces valeurs (hexagone de la ruche des abeilles ou du Made in France) et en fait un bel objet, attachant et innovant, support du message de sensibilisation.

**Nous avons fait le choix du Made in France et de l'emploi local pour la fabrication complète** (pas seulement la fabrication des *lunchboxes*, mais également des outillages de plasturgie) : ce secteur de l'industrie a été fortement délocalisé en Asie ces dernières décennies et **choisir un matériau innovant biosourcé est aussi un moyen de relocaliser cette industrie dans la région**.