

L'Upcycling, comment transformer les déchets en matière première

Mardi 28 juin

14h30 – 17h30



Waste me up – Frédéric MAUNY



Frédéric MAUNY

Co-fondateur

06 84 58 23 94

f.mauny@wastemeup.com

<https://www.wastemeup.com/>

Les origines du projet



Saviez-vous ? La production de bière génère un **coproduit** : “ **les drêches**”

QUELQUES CHIFFRES

En France : 13 BRASSERIES EN 1990 ET **2200** EN 2020 – 280 000 T de drêches



- Teneur en fibres (solubles et insolubles)
- Teneur en protéines
- Teneur en minéraux et acides aminés essentiels
- Faible apport calorique



- Produit sensible en l'état
- Variabilité des matières premières
- Un coût pour les brasseurs

Notre Savoir-Faire

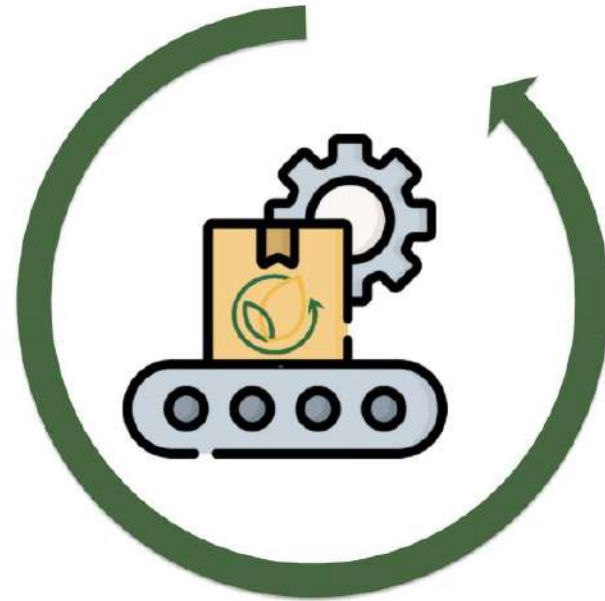
1. COLLECTE DE DRÊCHES

Centrée sur les territoires :
LANDES & PAYS BASQUE

2. DÉSHYDRATATION ET STABILISATION

Optimisation du procédé, le rendant moins énergivore que les existants :

COMPÉTENCES WASTE ME UP



3. SEPARATION DES COMPOSÉS

Extraction d'une part des protéines, minéraux et acides aminés essentiels, et d'autre part, des fibres afin de produire :

INGREDIENTS ALIMENTAIRES

Destinés aux industries de
l'agroalimentaire et de la cosmétique

PRODUITS FINIS

Objets fabriqués à partir de drêches de brasserie : **réutilisables, recyclables et biodégradables**

Nos réussites, depuis notre installation fin 2020...

3 1 5 0 2

Kgs de matière transformée



Gamme d'**objets du quotidien**



Gamme de **produits alimentaires**

Gobelets Recyclables, **Gobelets** Biodégradables
Mais aussi des couverts, des assiettes, du filament 3D...



INGREDIENTS

PRESENTATIONS

- ENTIERES
- FIBREUSES
- MICRONISEES

- NUTRITION

- PROTEINES
- FIBRES

- COULEUR / ARÔMES

- CAROM
- PILSEN



Waste Me Up c'est...



UNE GAMME D'**INGRÉDIENTS** & DE **PRODUITS**
NATURELS ISSUS DE LA VALORISATION DE DRÊCHES
DE BRASSERIE



UN **PRESTATAIRE** DE DÉSHYDRATATION ET DE
FRACTIONNEMENT PEU ÉNERGIVORES



UNE **EXPERTISE** SUR LES VOIES DE VALORISATION DES
COPRODUITS AGRICOLES & AGROALIMENTAIRES



Exemples de travaux sur la valorisation de coproduits

- **PEAUX DE BANANES**
- **PEAUX DE MANGUE**
- **KIWIS : MARC et POILS**
- **MARC DE RAISIN**
- **MARC DE POMMES**
- **MARC DE CAFE**
- **PULPES DE TOMATES**
- **DRECHES DE BETTERAVES**
- **DRECHES DE CAROTTES**
- **DRECHES D'OIGNONS**
- **DRECHES D'AIL**
- **PEAUX DE MELON**
- **EPLUCHURES DE POMMES DE TERRES**

Waste me up – Frédéric MAUNY



Frédéric MAUNY

Co-fondateur

06 84 58 23 94

f.mauny@wastemeup.com

<https://www.wastemeup.com/>

Comment transformer les déchets d'aujourd'hui pour fournir les ingrédients de demain ?

Kévin MAGNIEN

Directeur Adjoint – Responsable Business Development

kevin.magnien@agroparistech.fr

27 juin 2022





AgroParisTech

- Etablissement d'Enseignement Supérieur et Recherche
- Sous tutelle des Ministères de l'agriculture et de l'ESRI
- Missions :
 - Nourrir les hommes en gérant durablement les territoires
 - Préserver les ressources naturelles
 - Favoriser les innovations
 - Intégrer la bioéconomie
- Forme des cadres, ingénieurs, docteurs et managers dans domaine du vivant et de l'environnement
- Membre fondateur de l'Université Paris-Saclay

Institut des Sciences et Industries du Vivant et de l'Environnement



URD ABI : laboratoire d'AgroParisTech

- Unité de R&D AgroParisTech
- Création en 2012
- Dirigée par le Pr. Florent Allais
- Financée par les **collectivités locales** :



Bioraffinerie de Bazancourt-Pomacle

ARD : Centre de recherche privé
Wheatoléo : Tensio-actifs biosourcés

Cristal-Union : Sucrerie
CRISTAL UNION
C'est ensemble que nous avançons.

Cristanol : Distillerie de 1^{ère} génération
CRISTAL UNION
C'est ensemble que nous avançons.

Vivescia : Coopératives céréalières

ADM : Glucoserie et amidonnerie



Air Liquide : Producteur de gazs

Européenne de Biomasse : Producteur de granulés industriels

CEBB : Centre de recherche public

Givaudan Active Beauty : Cosmétiques biosourcés

URD ABI
by AgroParisTech

Centre Européen de Biotechnologie et de Bioéconomie



CentraleSupélec

NEOMA
BUSINESS SCHOOL



- Laboratoires et bureaux : **2200 m²**
- Halle technologique : **400 m²**
- Zone scale-up chimie : **100 m²**
- Emménagement : **début 2016**

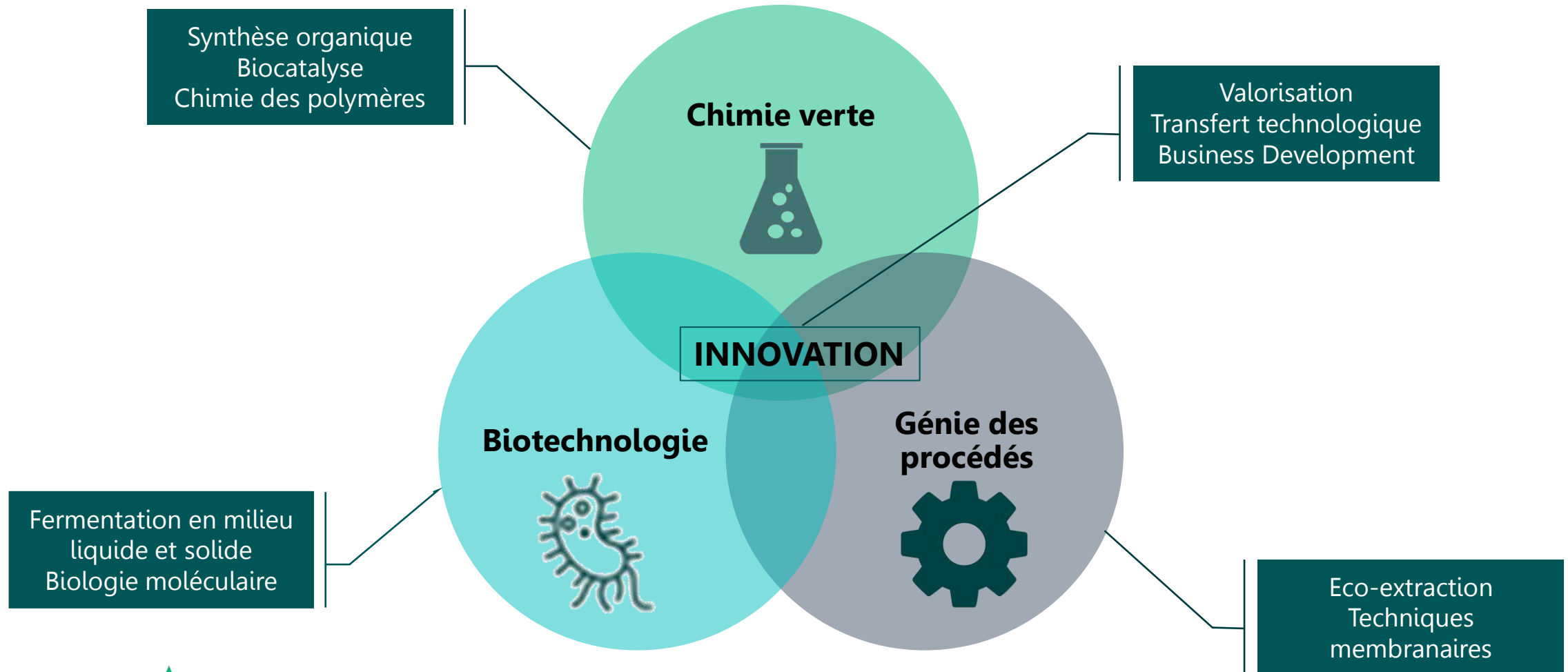




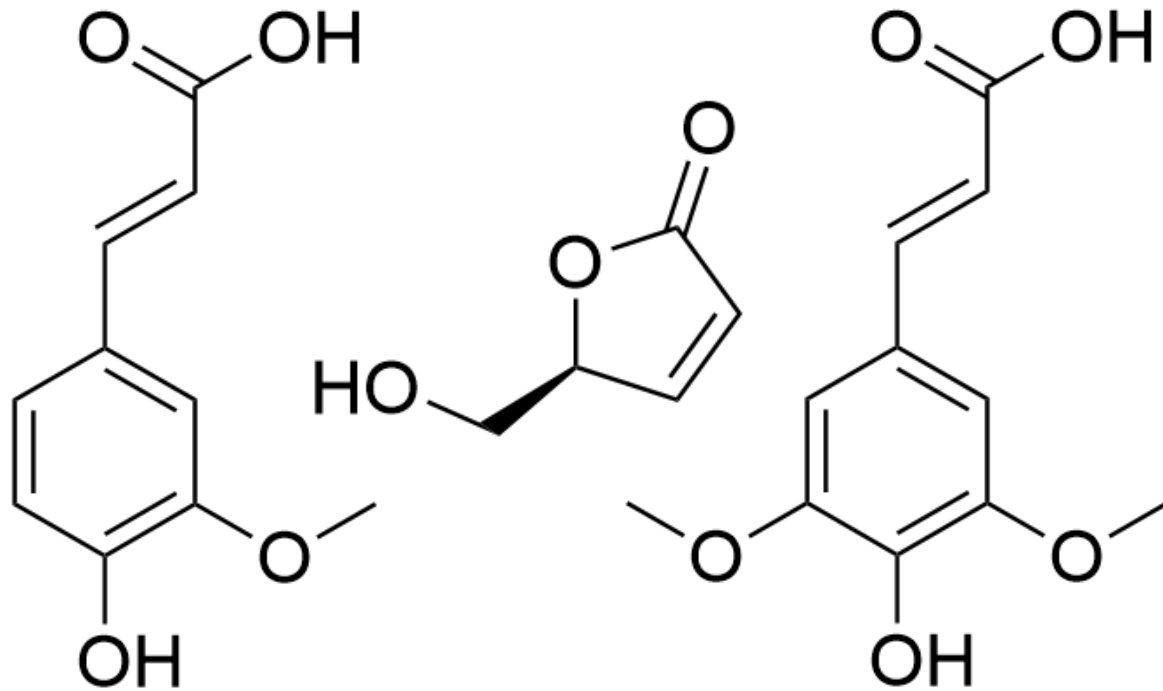
Les missions de l'URD ABI

- Identifier et valoriser des agro-ressources et des fractions peu ou pas valorisées
 - Recherche **fondamentale** et **appliquée**
 - Synthèse et purification de nouvelles **molécules à HVA**
 - Substitution de molécules pétro-sourcées par des molécules **biosourcées**
- Générer de la **valeur**
- **Transfert de l'innovation** vers l'industrie
- Contribuer à la création d'**emplois locaux**
- **Enseigner** dans nos domaines d'expertise
- Transfert des connaissances vers la **société civile**

Une unité de R&D transdisciplinaire



Pour quels marchés ?



Molécules plateformes

Business Units



Actifs & Ingrédients fonctionnels pour la Cosmétique



Chimie fine & de spécialité

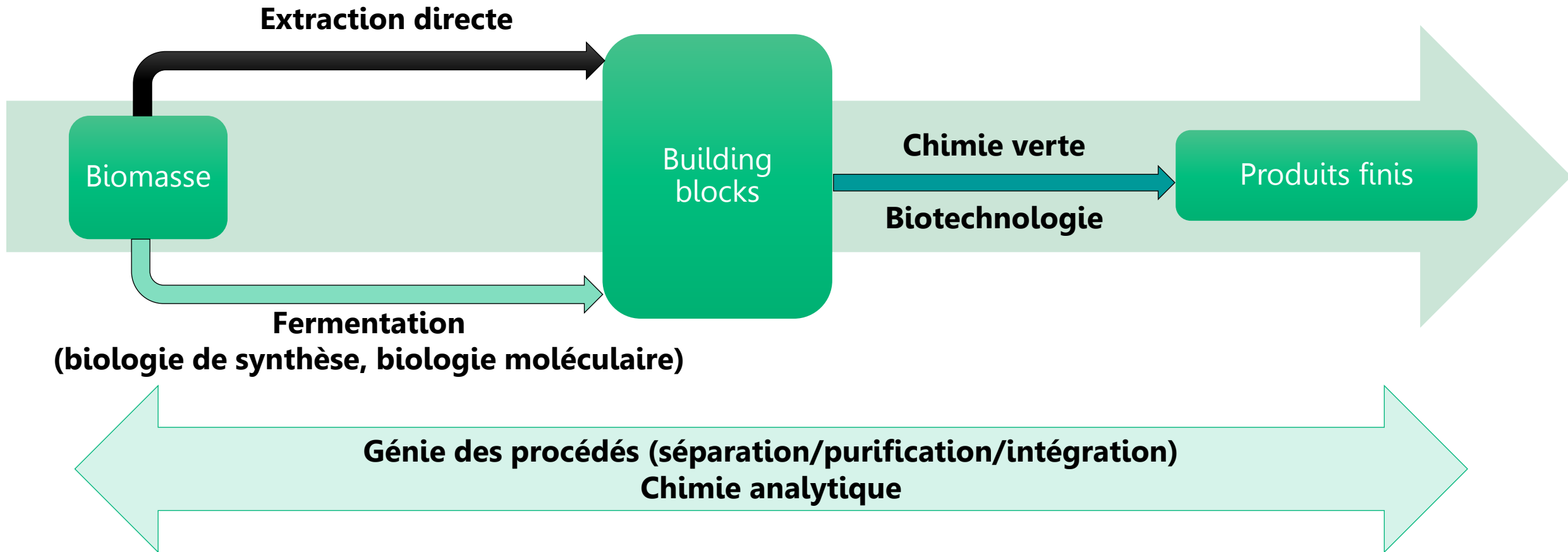


Polymères & Matériaux



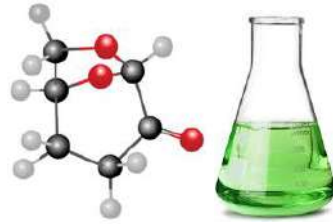
Santé des cultures

Approche stratégique globale : couverture de la chaîne de valeur



Exemple de projets de valorisation de co-produits agricoles

De la sciure de bois à un arôme de beurre ..

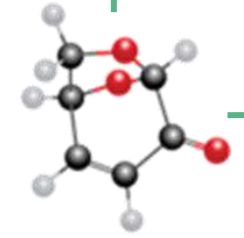


Solvant vert CYRENE™ (2H-LGO)



Cellulose

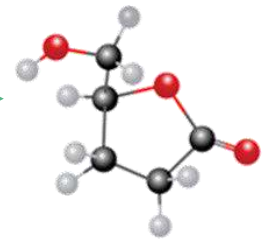
Flash pyrolyse



Levoglucosenone (LGO)

Chimie verte
Biocatalyse

Chimie verte
Biocatalyse



4-Hydroxyméthyl-Butyrolactone (HBO)

Chimie verte

Intermédiaires pharmaceutiques Pheromones

Sucres rares Tensioactifs

Arôme beurre

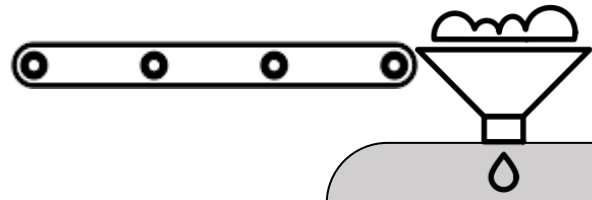


Du son de moutarde aux molécules anti-UV

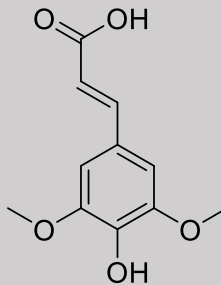


Son de moutarde

Extraction



Acide Sinapique



Sinapoyl malate

Chimie Verte

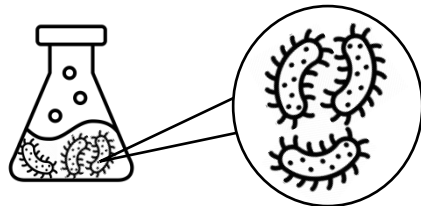
Molécules anti-UVA et anti-UVB



Génie des procédés (séparation/purification/intégration)
Chimie Analytique

Sucres
1G et 2G

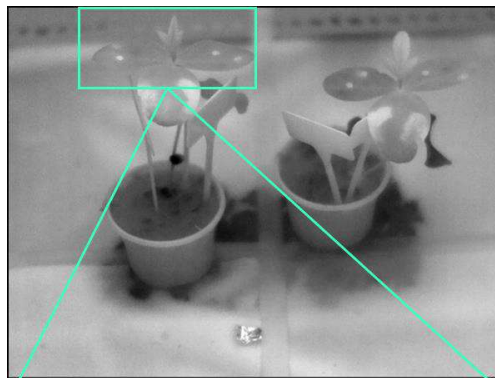
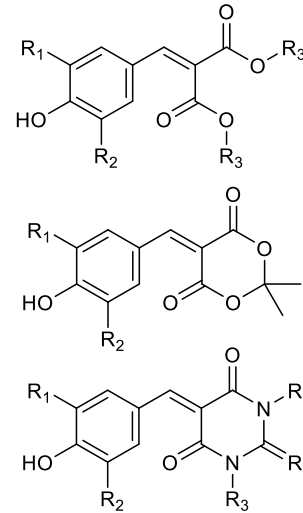
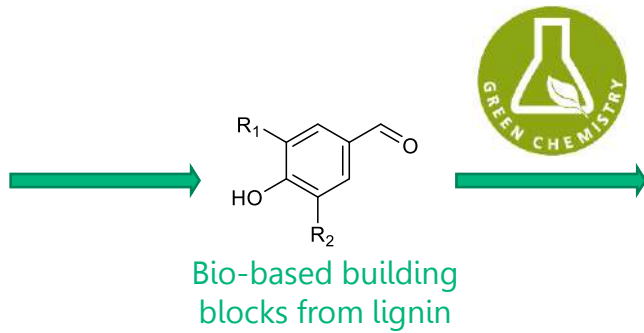
Fermentation
(biologie de synthèse)



Projet H2020 BoostCrop



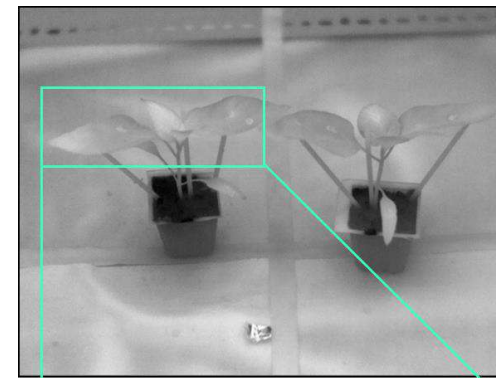
- BoostCrop: EU consortium, 9 research teams
- Objectives: increase crop yields, protect from cold/frost, allow agriculture in cold areas
- URD ABI: design and green synthesis of innovative bio-based “molecular heaters”



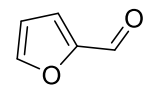
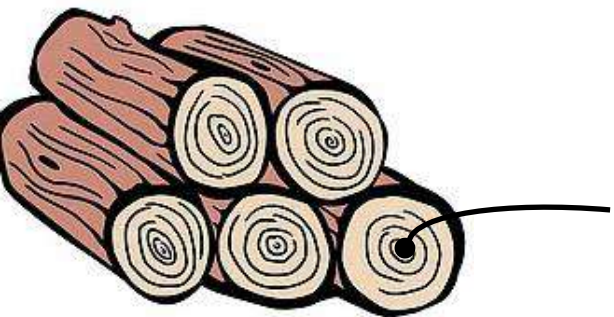
Sinapoyl Malate
BoostCrop candidate

Soybean
+ 0.6 °C
+ 1.1 °C

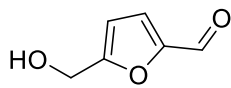
Pepper
+ 0.4 °C
+ 0.8 °C



Valorisation des furanes en molécules anti-UV

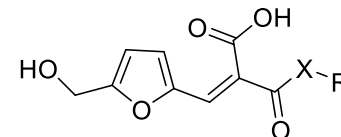
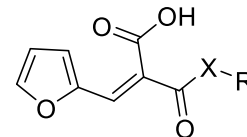


Furfural



HMF

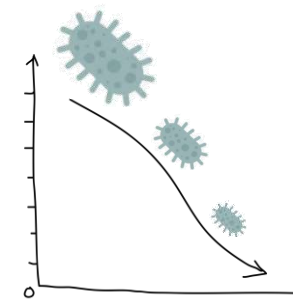
Chimie verte



Colorants

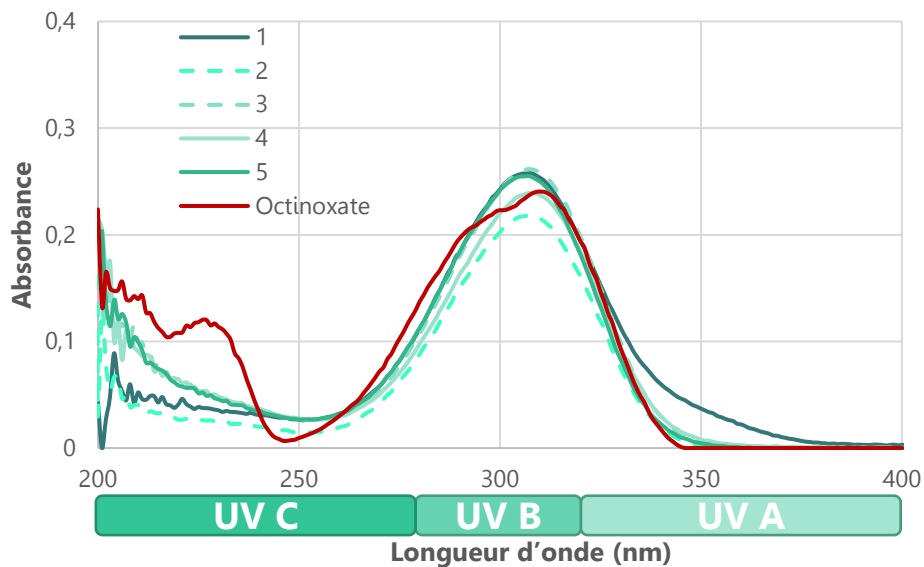


Protection solaire



Propriétés antimicrobiennes

Molécules renouvelables, non perturbatrices endocriniennes avec des propriétés variées

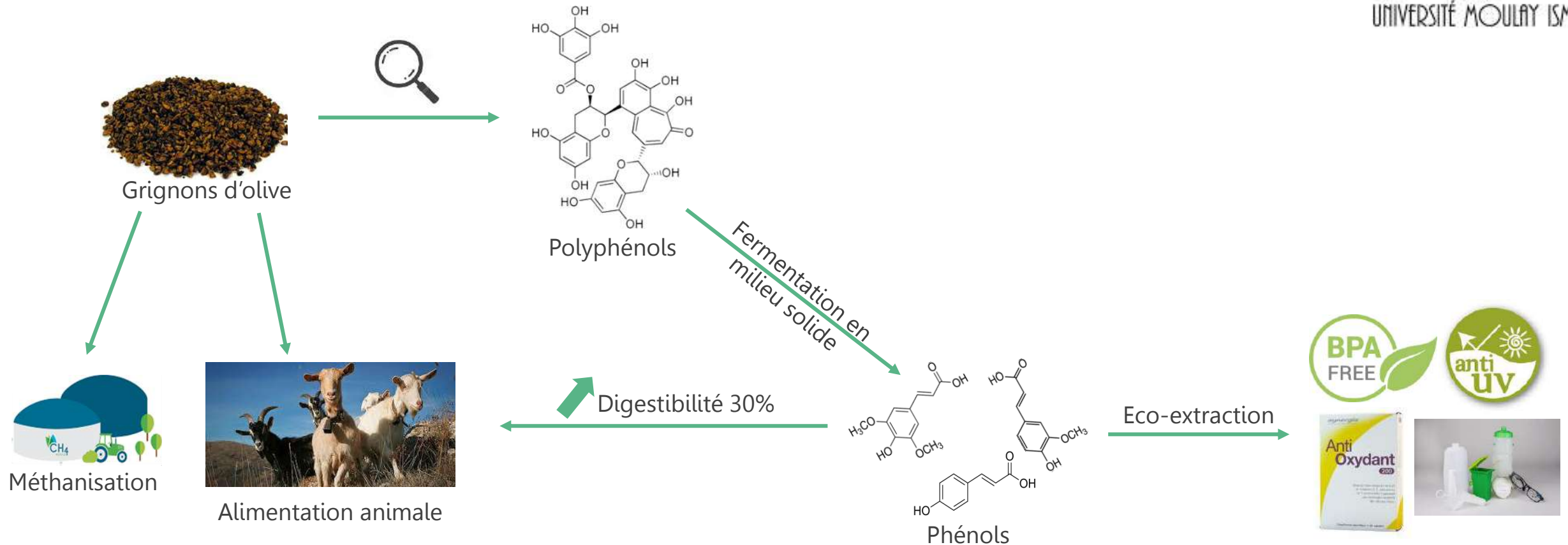


URD ABI

by AgroParisTech



Valorisation des grignons d'olive

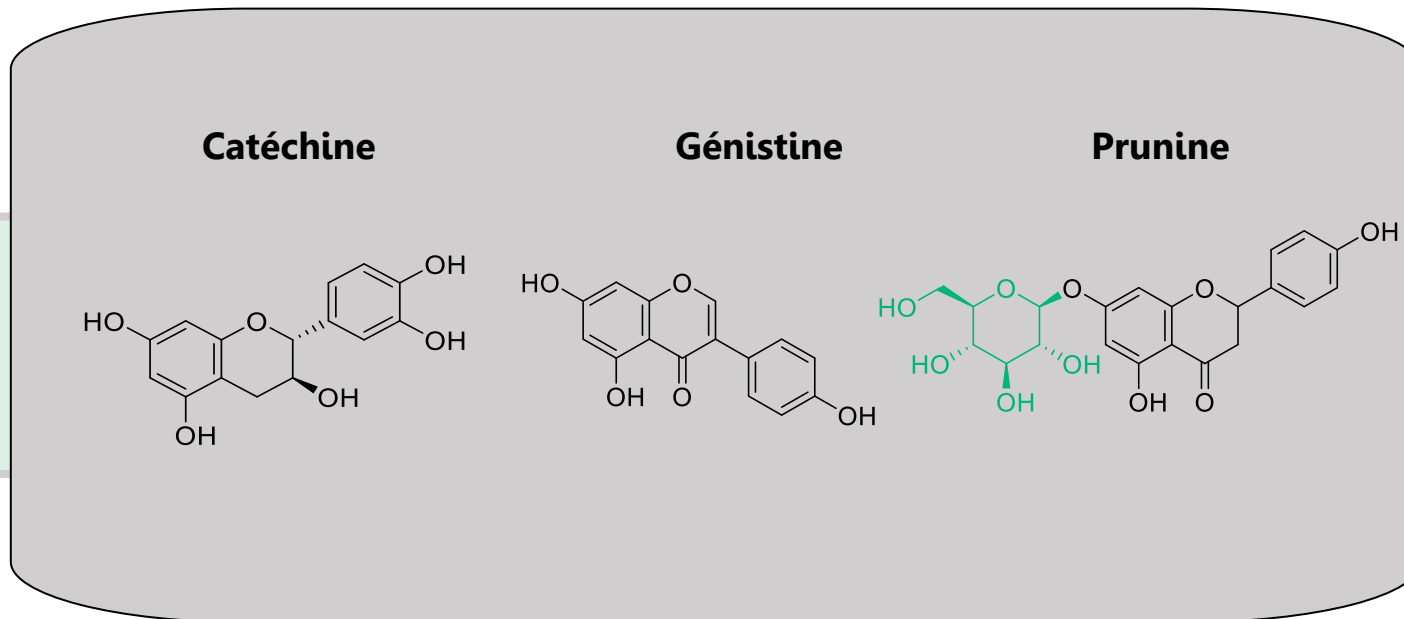




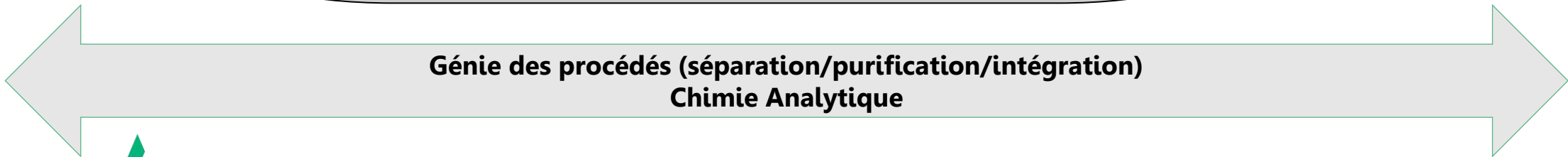
Valorisation du cerisier



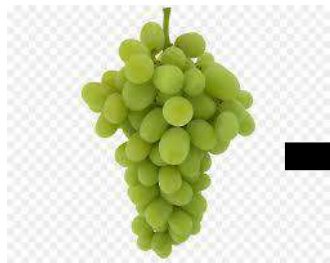
**Co-produits
du cerisier**



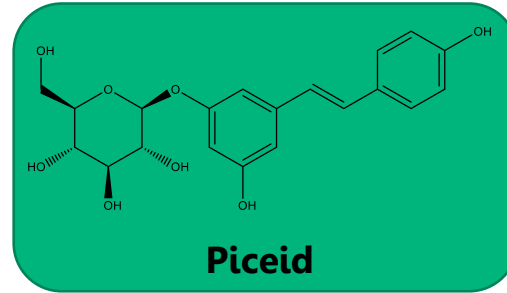
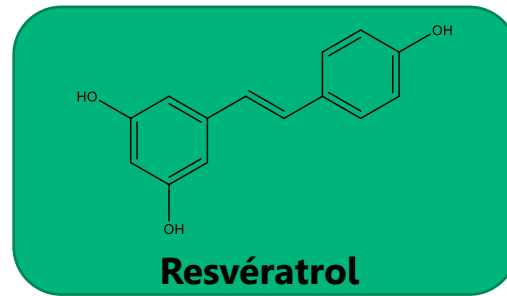
**Molécules anti-
oxydantes, anti-
microbienne,
anti-tyrosinase**



Projet ANR GLYCOSTIL



STILBENES

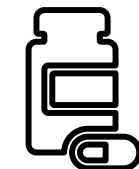


**OLIGOMERISATION
GLYCOSILATION**

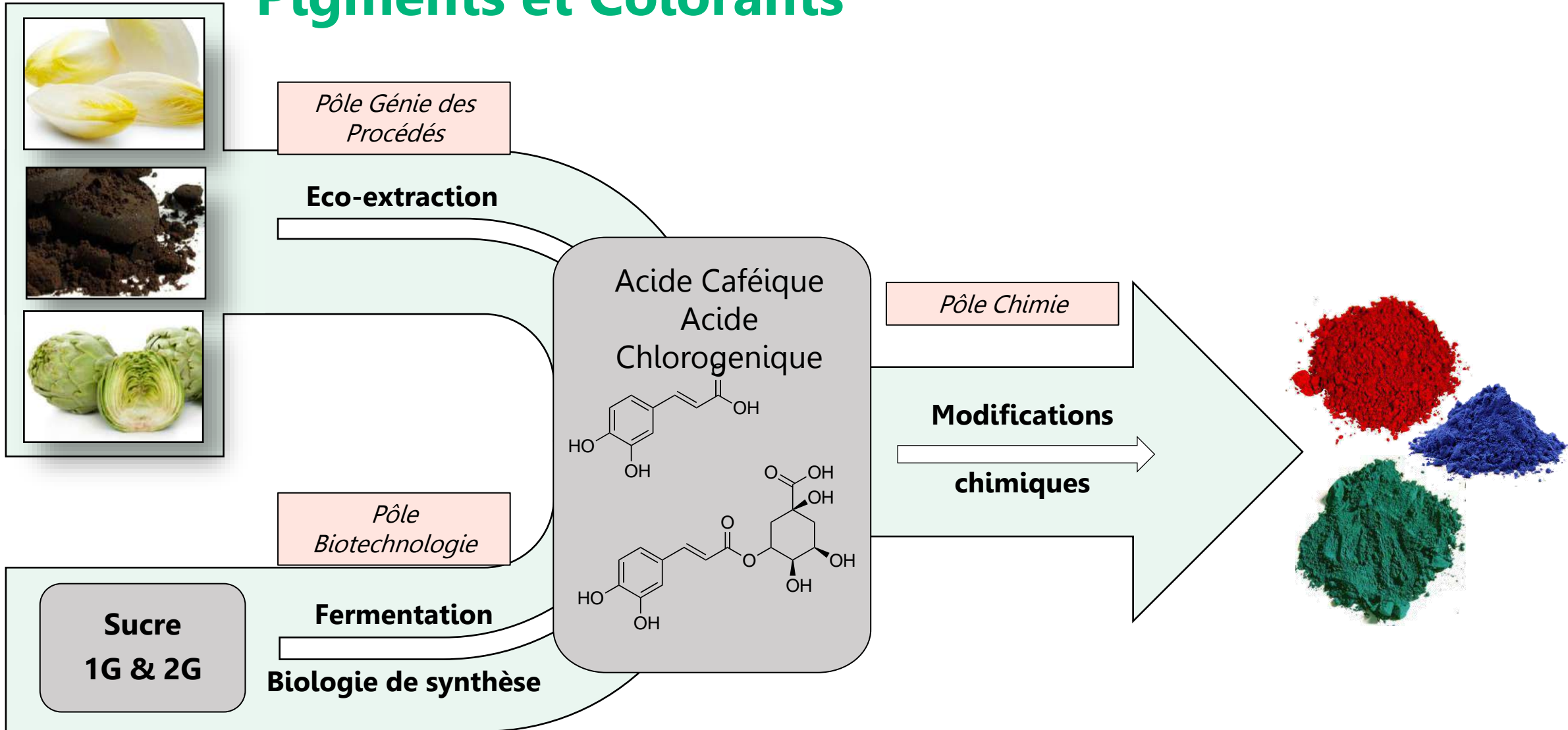


**Voie enzymatique
Biosynthèse**

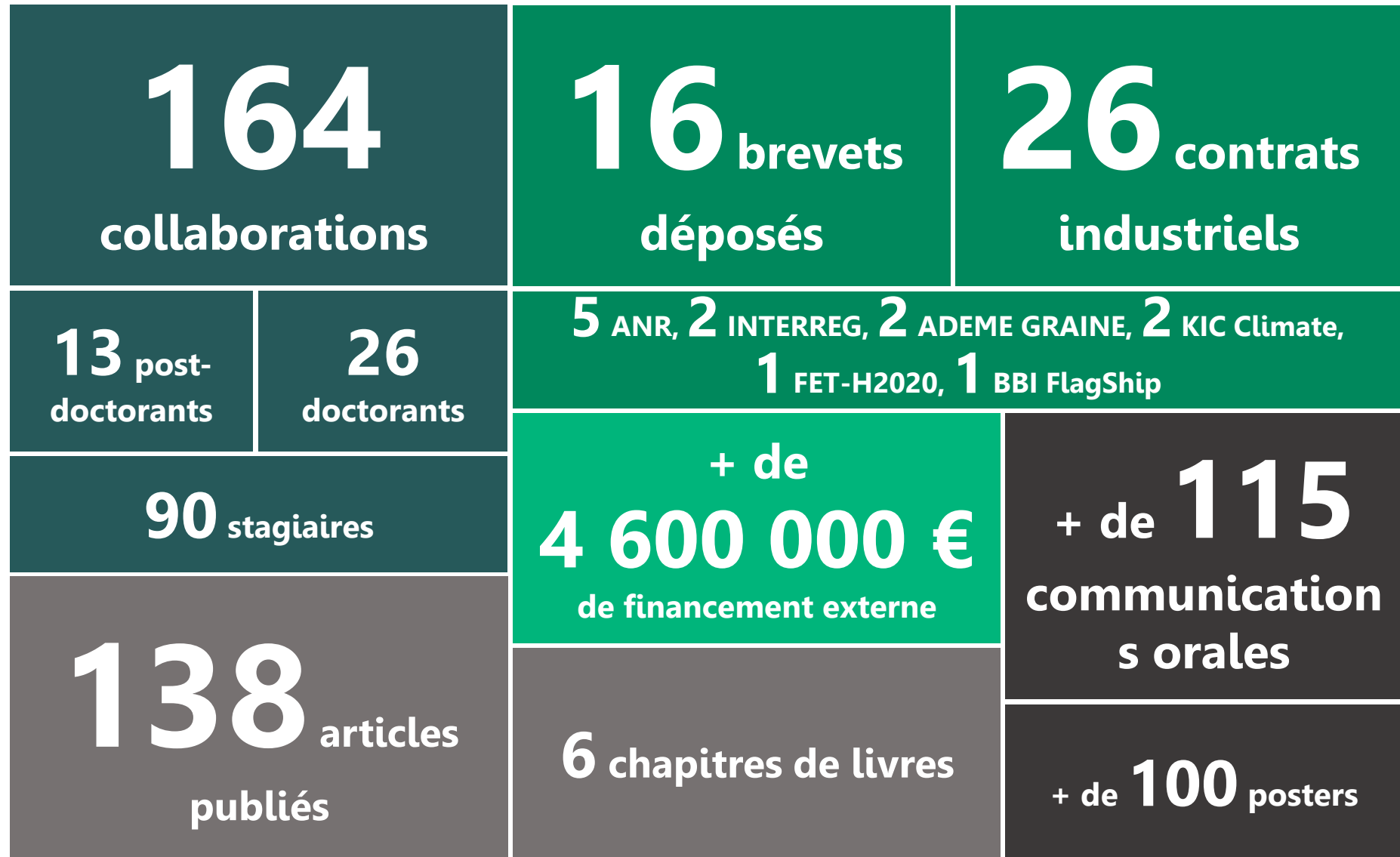
**Nouvelles
molécules actives**



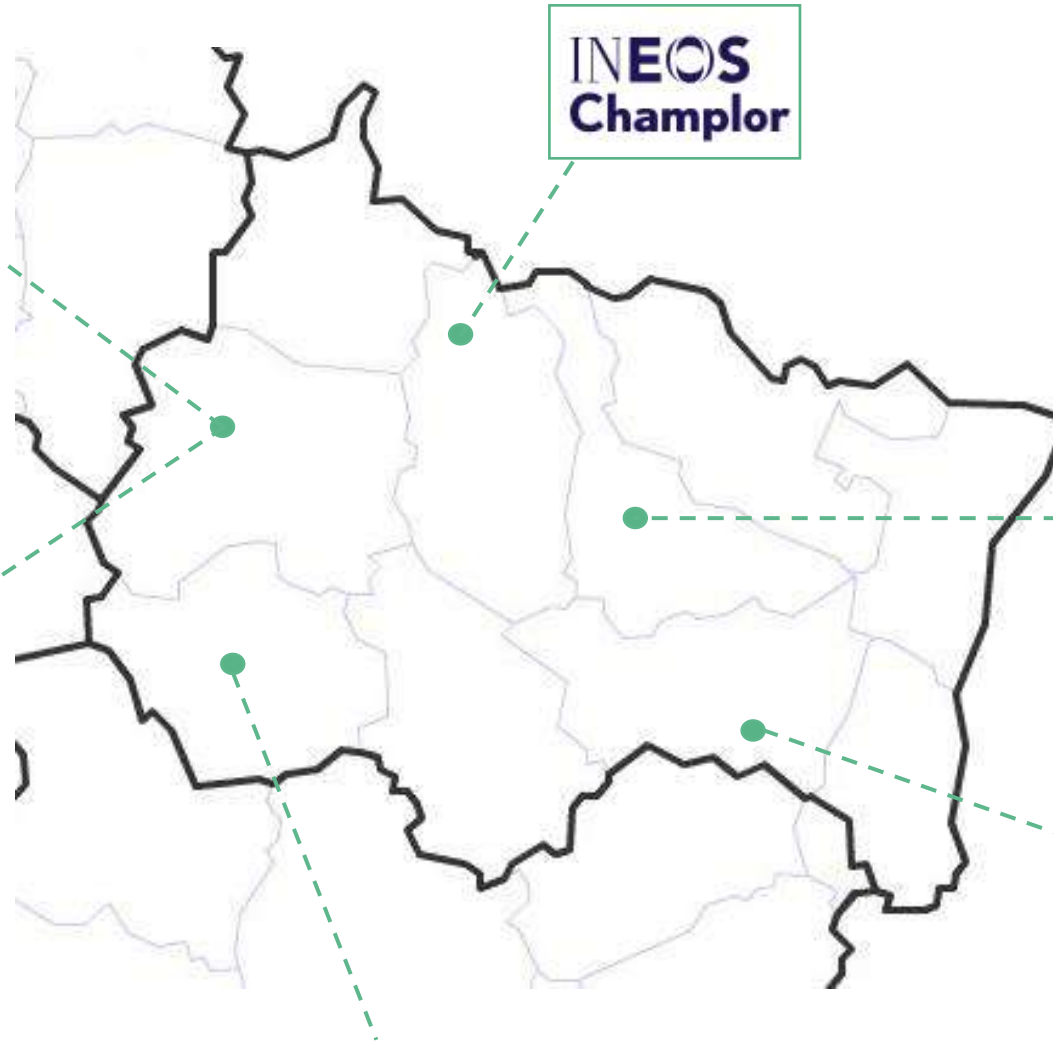
Pigments et Colorants



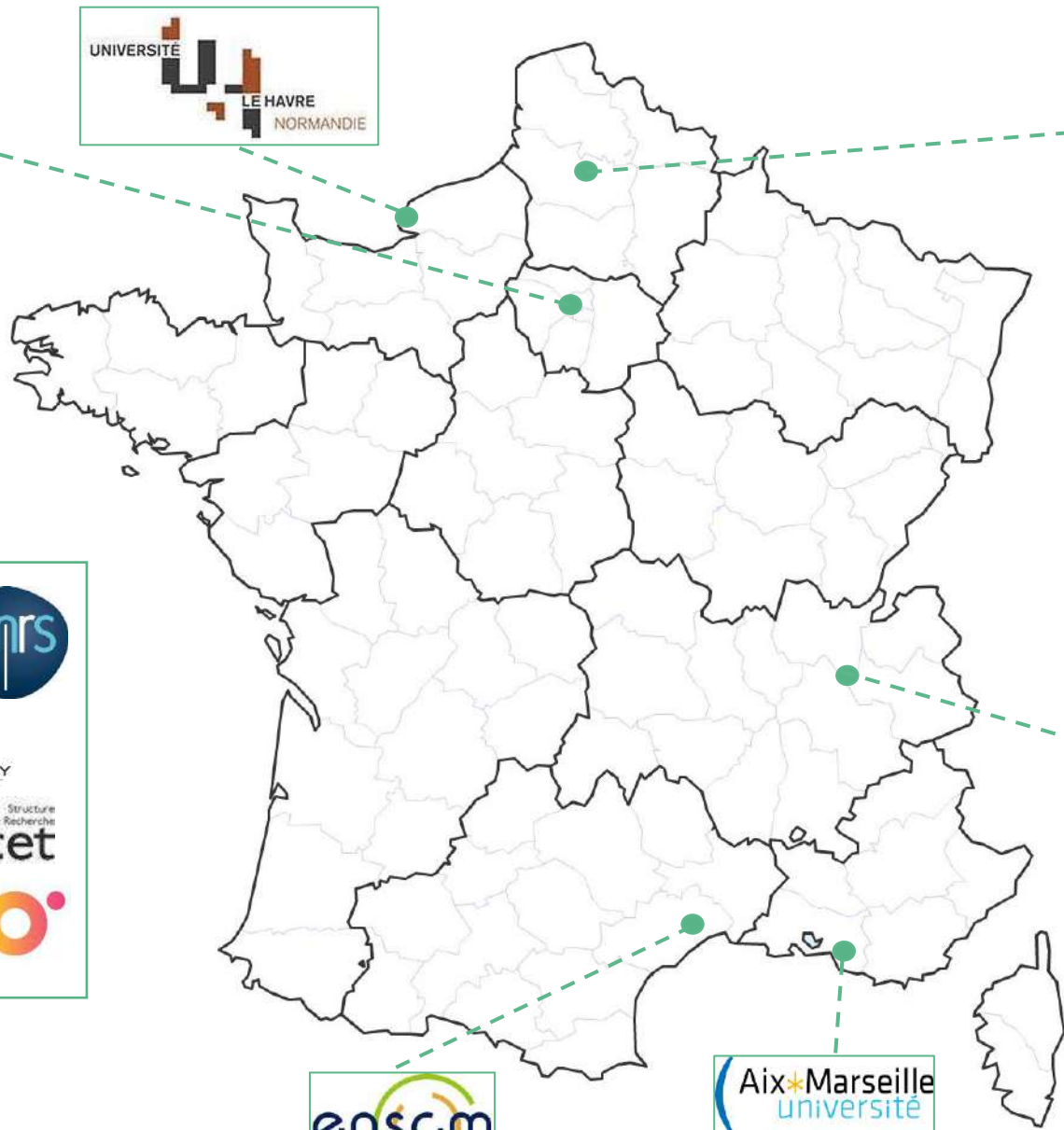
9 ans d'existence et...



Collaborations en région Grand Est



Collaborations nationales



noveal
INGREDIENTS FOR BEAUTY

BIO PHENOL

Abolis
Metabolism Architects

Circul'Egg

GENOPOLE
VIVRE L'INNOVATION

Parc naturel régional du Gâtinais français

SENSIENT université PARIS-SACLAY

NEOLITHE

UNIVERSITÉ LE HAVRE NORMANDIE

EXTRACTIS
nos experts en bioraffinerie du végétal

ARVALIS
Institut du végétal

Université de Lille

utc
Université de Technologie Compiègne

escom chimie

UNIVERSITÉ de Picardie Jules Verne

INRAE

Inserm
Institut national de la santé et de la recherche médicale

BIOECONOMY FOR CHANGE

france BIOVALLEY
l'innovation santé

CONDORCET
Structure Fédérative de Recherche

COOP DE FRANCE

invivo

CNRS

COSMETIC VALLEY FRANCE

CHESTNUT LIBIOS

SBM LIBIOS
LIFE SCIENCE

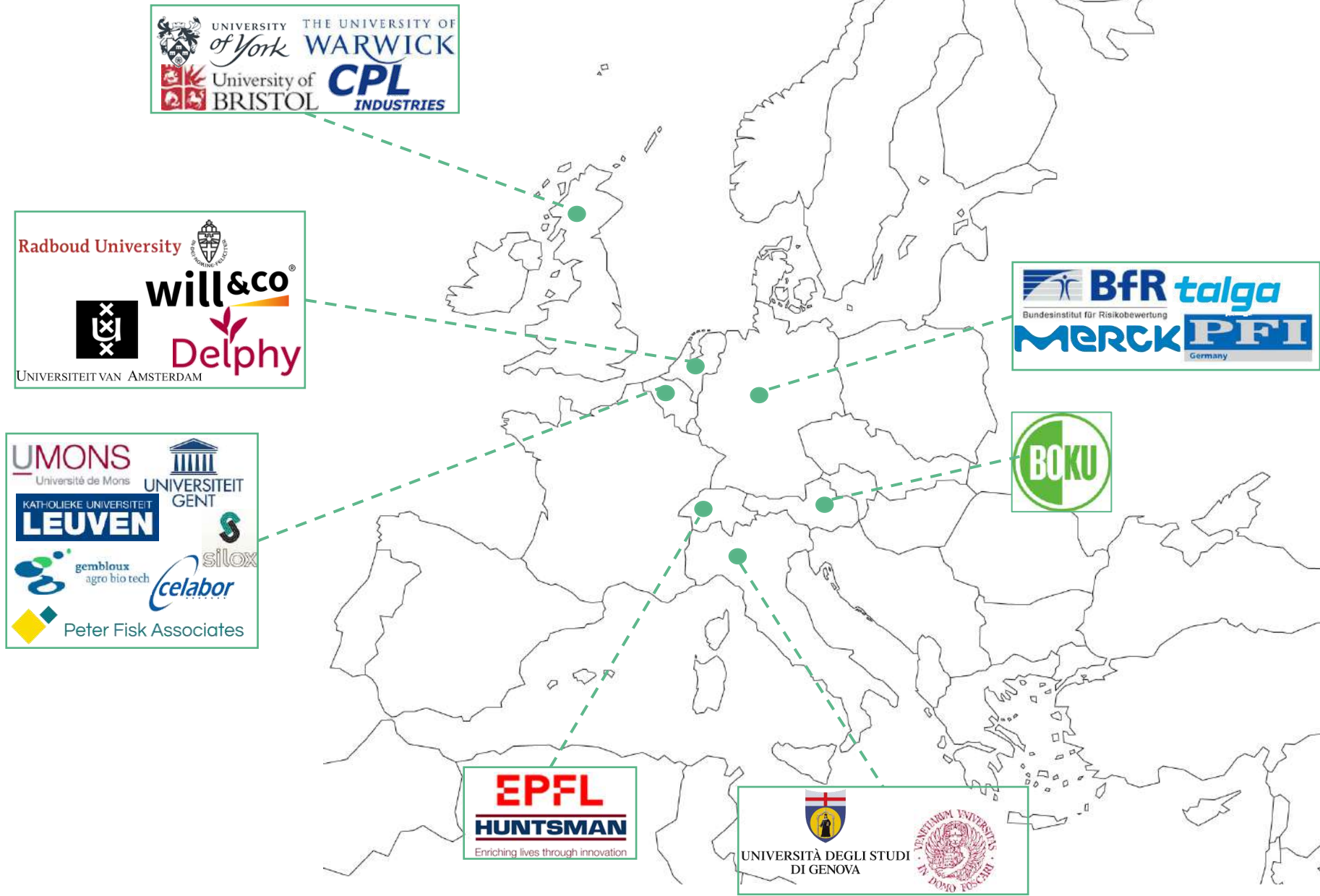
enscm
CHIMIE Montpellier

Aix-Marseille université

URD ABI
by AgroParisTech



Collaborations européennes



Collaborations internationales



Merci pour votre attention.
Thank you for your attention.

Kévin MAGNIEN

Directeur Adjoint – Responsable Business
Development

kevin.magnien@agroparistech.fr

27 juin 2022

URD ABI - AgroParisTech @URD_ABI urd-abi-agroparistech.com



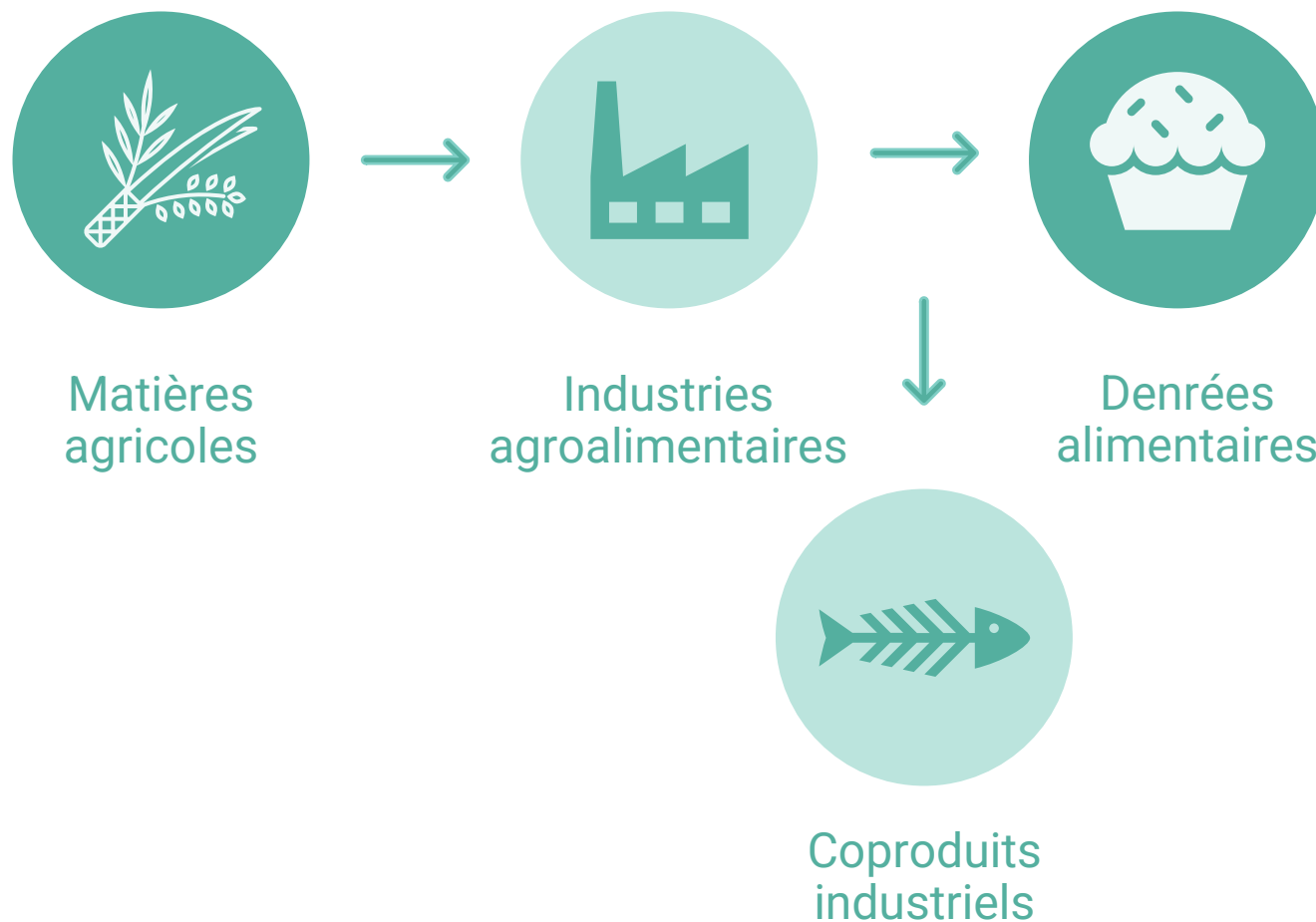
circul'egg

L'économie Circulaire
Anatomie d'une stratégie
gagnante



Samuel Olivier – CPO

LES COPRODUITS INDUSTRIELS, UN GISEMENT DE VALEUR



- **12 Millions** de tonnes de coproduits rejetées chaque année en France
- **80%** sont faiblement valorisés (fertilisants, énergie)
- **4,7 Md\$** de revenus issus de l'utilisation de coproduits dans le monde

Un nouveau paradigme pour les industriels

Un système durable pour les industriels



Un impact environnemental réduit

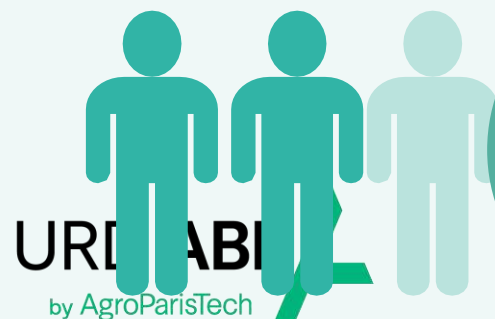


Un sourcing local

Une image valorisée par les consommateurs

61%

Des consommateurs affirment être moins enclins à acheter les produits d'une entreprise qui ne se responsabilise pas environnementalement.



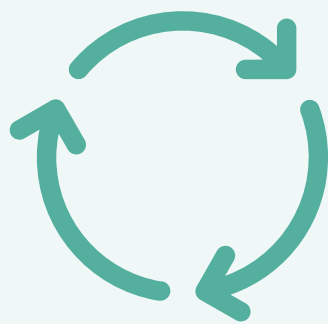
URDABI

by AgroParisTech



NOTRE MISSION

Permettre une valorisation à haute valeur ajoutée des coproduits industriels pour ainsi créer de nouveaux liens entre les filières ; avec une démarche d'économie circulaire et locale.



Sommaire :

Mettre le doigt sur une matière première disponible

Révéler sa marge de valorisation

Répondre au besoin technologique

Mettre en place un modèle viable et durable



Sommaire :

Mettre le doigt sur une matière première disponible

Révéler sa marge de valorisation

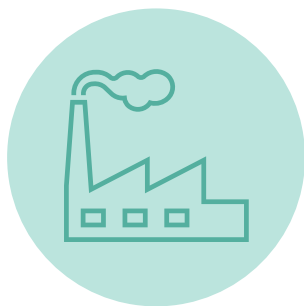
Répondre au besoin technologique

Mettre en place un modèle viable et durable





Éleveurs



Casseries



Industries agroalimentaires



Incinération



Épandage



Compostage

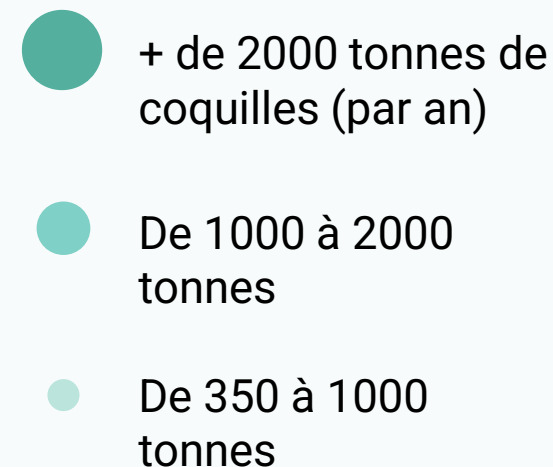
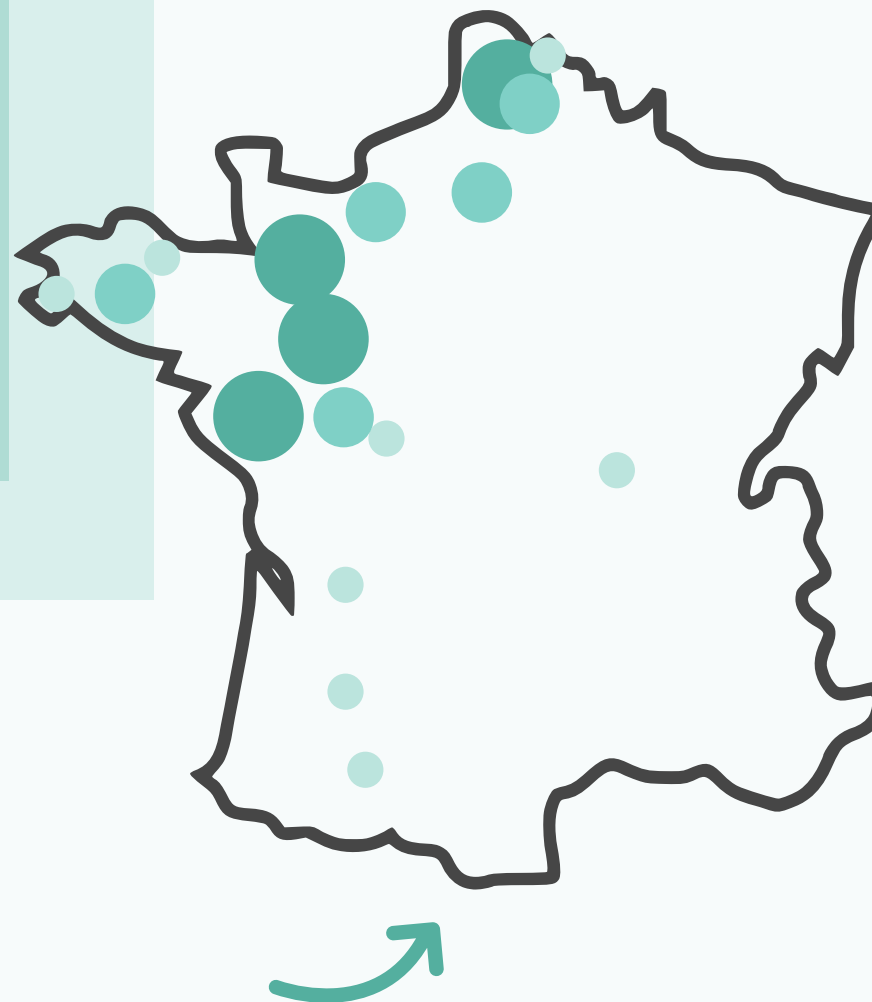
→ 40 000 tonnes de coquilles d'œufs rejetées par an en France



Le coût d'élimination de ces coquilles s'élève jusqu'à 50 €/tonne

LA SOUS VALORISATION DES COQUILLES D'OEUF

UN MARCHÉ DES CASSERIES EN FRANCE



30 casseries intéressées par notre solution, dont les **16** principales



Discussions avancées avec plusieurs **casseries** pour un partenariat

URD ABI

by AgroParisTech



**LES 16 PRINCIPALES
CASSERIES FRANÇAISES**

Sommaire :

Mettre le doigt sur une matière première disponible

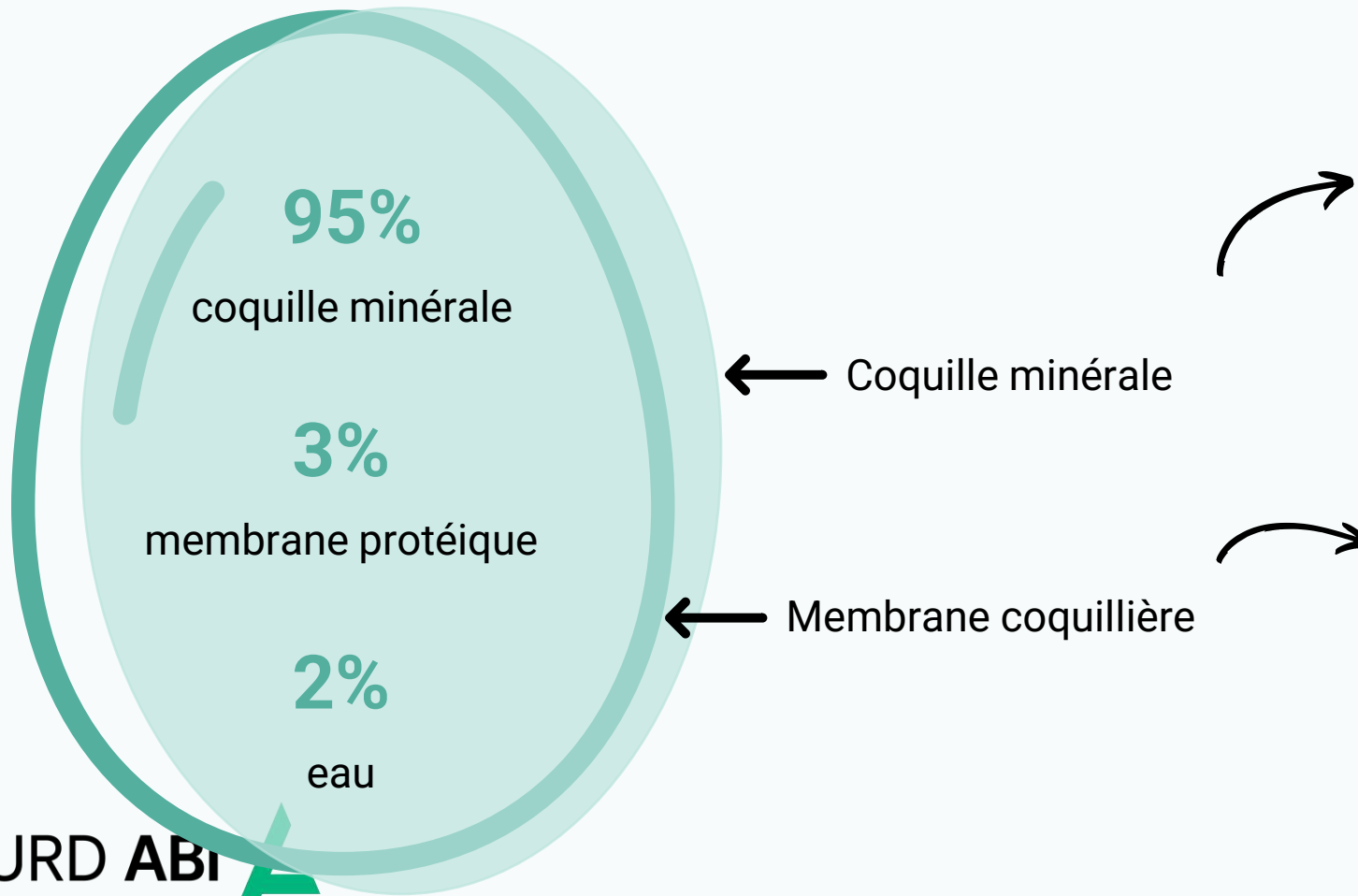
Révéler sa marge de valorisation

Répondre au besoin technologique

Mettre en place un modèle viable et durable



LA PROMESSE DES COQUILLES D'OEUF



Contenant :

- Carbonate de calcium

Contenant :

- Collagène
- Acide hyaluronique
- Glycosaminoglycane

LA POUDRE DE MEMBRANE *CIRCUL'EGG* : UN PRODUIT À HAUTE VALEUR AJOUTÉE



Poudre de membrane *Circul'Egg*

Produit « All-in-One »
Riche en biomolécules d'intérêt
(Acide hyaluronique, collagène,
chondroïtine sulfate...)



Produit végétarien



Efficacité cliniquement prouvée

De nombreuses études
démontrent l'efficacité
thérapeutique de la membrane¹



Fabriqué en France
Production 100% française



Nos marchés

Marchés visés

- Cosmétique
- Petfood
- Compléments thérapeutiques
- Protéine

**Efficace contre les douleurs
articulaires**
Effet Anti-inflammatoire



Produit biosourcé
Source 100% renouvelable



URD ARI

by AgroParisTech

LA POUDRE DE COQUILLE *CIRCUL'EGG* : UNE ALTERNATIVE LOCALE ET BIOSOURCÉE



Poudre de coquille *Circul'Egg*

Une meilleure
biodisponibilité



Issue de l'économie circulaire
En accord avec nos valeurs

Nos marchés



Marchés visés

- Cosmétiques
- Matériaux
- Pet Food
- Nutraceutique

Faible teneur en métaux lourds

*Teneur réduite par rapport
à l'extraction minière*



Fabriquée en France

Production 100% française



Produit biosourcé

Source 100% renouvelable

URD ABI

by AgroParisTech



Sommaire :

Mettre le doigt sur une matière première disponible

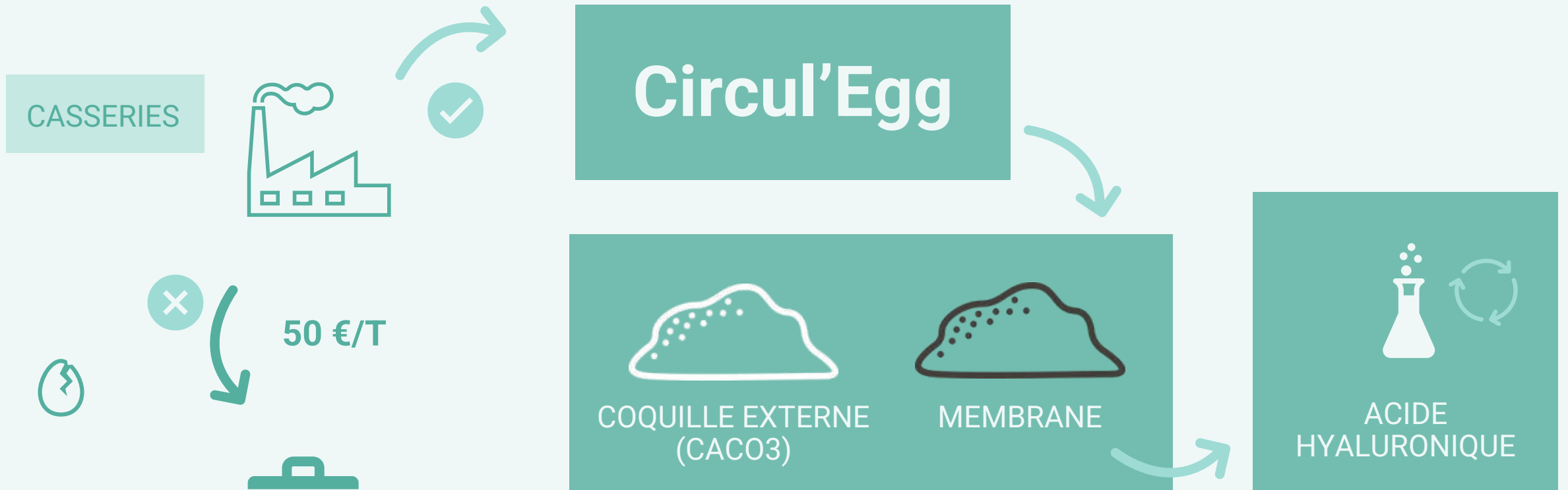
Révéler sa marge de valorisation

Répondre au besoin technologique

Mettre en place un modèle viable et durable



NOTRE PROPOSITION DE VALEUR EN ÉCONOMIE CIRCULAIRE



Production de nouvelles matières premières pour d'autres filières industrielles

URD ABI

by AgroParisTech



ZOOM SUR LE PROGRAMME R&D D'EXTRACTION DE L'ACIDE HYALURONIQUE



Partenariats de recherche stratégiques

Sommaire :

Mettre le doigt sur une matière première disponible

Révéler sa marge de valorisation

Répondre au besoin technologique

Mettre en place un modèle viable et durable



NOTRE BUSINESS MODEL GAGNANT- GAGNANT

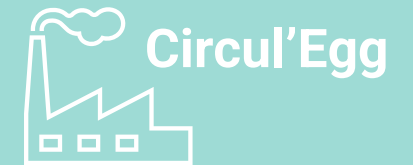
1

Élimination du coût de traitement



2

Sourcing gratuit et sécurisé sur site auprès des casseries



3

Vente de produits finis en B to B



4

Partage des bénéfices avec les casseries et les éleveurs





MERCI
DE VOTRE ATTENTION

circul'egg
circular vision, impact solution



100% made in France
et biosourcé



Un processus
Industriel innovant
et breveté



Des prix compétitifs
avec le marché



+ d'une trentaine
d'entreprises demandeuses



Un CA estimé à
320K€ en 2022

Envie d'en savoir plus ?

Contactez-nous pour découvrir Circul'Egg de l'intérieur



samuel.olivier@circulegg.fr

L'ÉQUIPE DIRIGEANTE



YACINE KABECHE

CEO, Fondateur

école
normale
supérieure
paris-saclay

AgroParisTech



JUSTINE LECALLIER

COO

ESCP
BUSINESS SCHOOL

KOIS
CARING FINANCE



SAMUEL OLIVIER

Responsable Products &
Business Développement

AgroParisTech NEOMA
BUSINESS SCHOOL



KRISTEN DONNART

Responsable R&D
Procédé

ENSGTI ÉCOLE D'INGÉNIEURS CPE LYON

Prodiabio

algae GREEN VALUE
PRODUCTEUR DE VALEUR VERTÉ

UN NOUVEAU PARADIGME POUR LES INDUSTRIELS

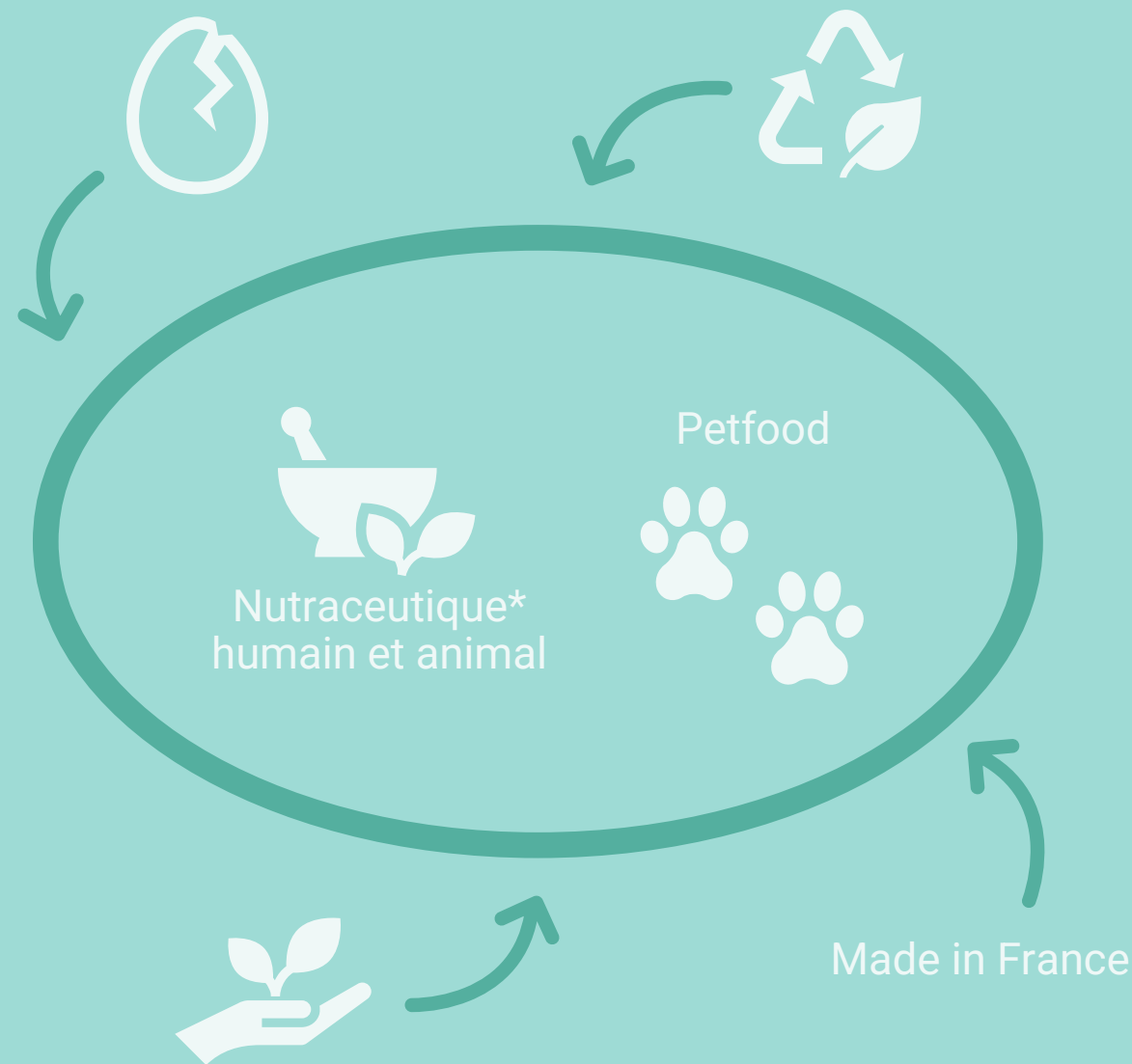
D'UN APPROVISIONNEMENT ANIMAL,
PEU ÉTHIQUE,
NON LOCAL ...



... À UN SOURCING BIOSOURCÉ,
PLUS RESPECTUEUX DE
L'ENVIRONNEMENT



⁵⁴*Nutraceutique = aliment qui a une action bénéfique sur l'organisme, complément alimentaire



AVANTAGE VS CONCURRENCE

	CIRCUL'EGG	BIOVA, ESM TECHNOLOGIES	EGGNOVO	EGGBRANE	PRODUCTEURS DE BIOMOLÉCULES	AUTRES CONCURRENTS DIRECTS
Production Made in France	✓	✗	✗	✗	✓	✗
Modèle on-site / Scalabilité	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Extraction d'acide hyaluronique	✓	✗	✗	✗	✓	✗
Produit végétarien	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Produit unique et complet	✓	✓	✓	✓	✗	✓

URD ABI
Produit unique et complet
by AgroParisTech





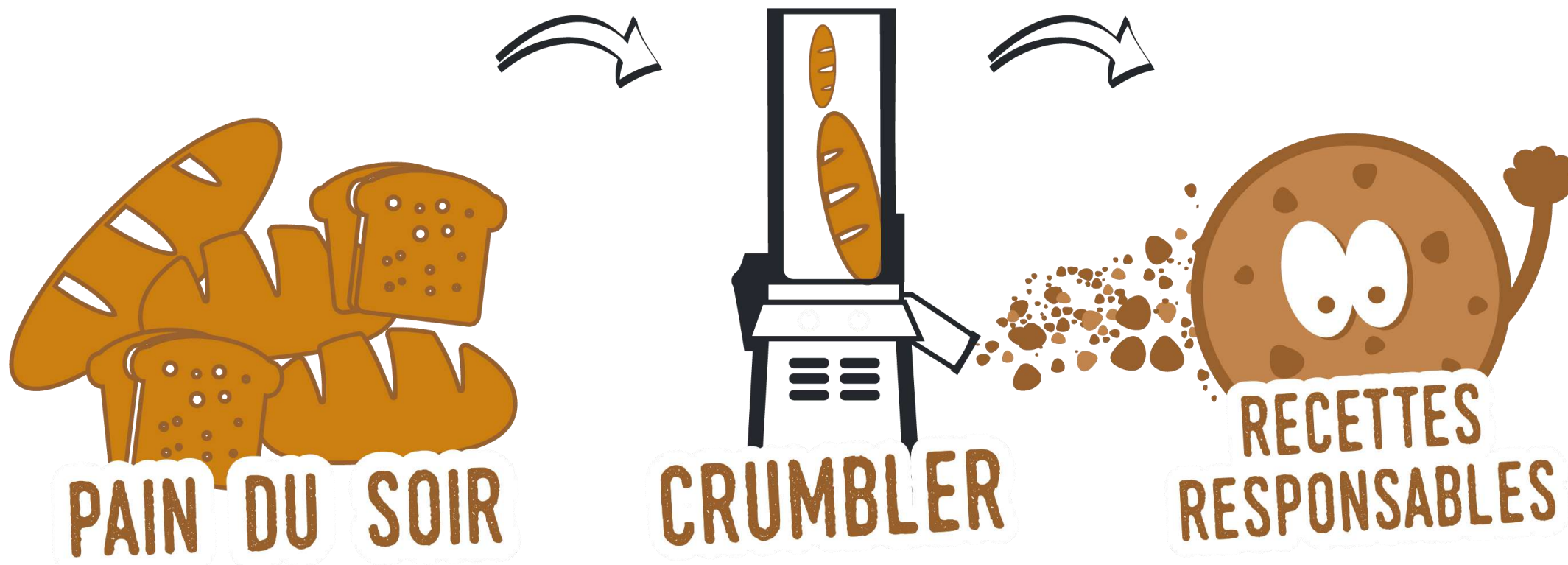
IL N'Y A PLUS DE PAIN À PERDRE





www.crumbler.f

un concept simple



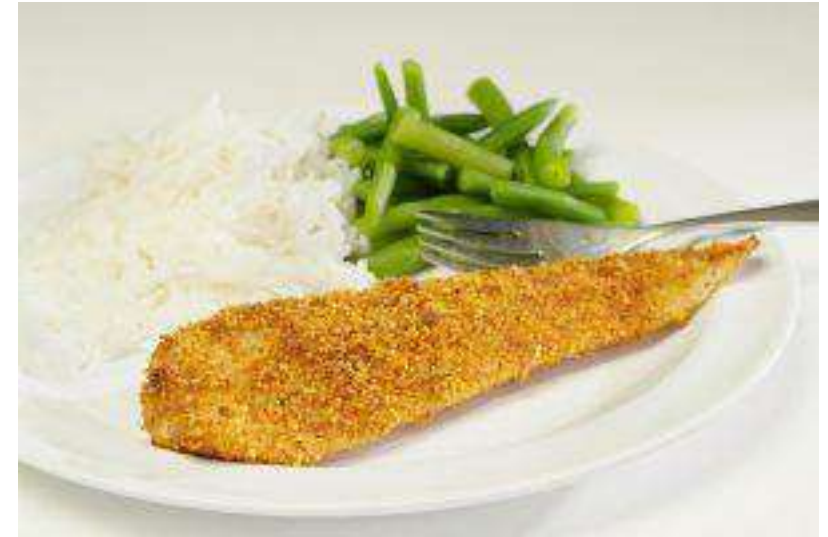
ne gaspillez plus de pain et valorisez l'image de votre site



Obtenez rapidement votre chapelure



usages traditionnels de la chapelure





usages innovants de la chapelure

dans des pâtisseries sucrées et salées en remplacement de la farine

www.crumbler.f



un projet sur mesure pour chaque professionnel

saveurs

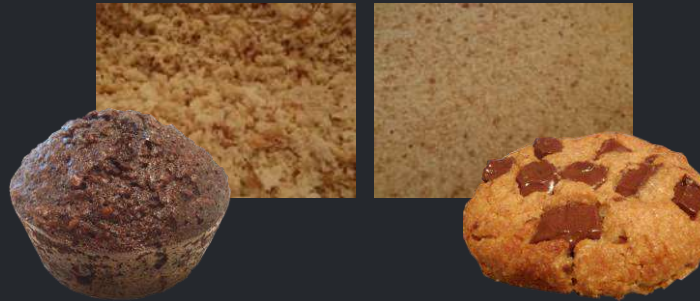
Choisissez les **saveurs** en fonction du type de pain revalorisé (tous types de pains, ordinaires et spéciaux, revalorisables)



textures

Choisissez les **textures** :

- pain encore mou : texture moelleuse
- pain durci ou grillé : texture fine



% de revalorisation

Déterminez le **taux** de revalorisation, de 5% à 100%

- **de 5 à 10%** de pain remplaçant la farine, aucune différence perceptible avec vos recettes habituelles
- **de 50 à 100%**, des produits savoureux et innovants



3 modeles de crumblers



Crumbler Alpha
Petits débits



Crumbler 1
Débits moyens



Crumbler 2
Gros débits



www.crumbler.f

le pack crumbler

Inclut :

crumbler



Le Crumbler Alpha, 1 ou 2 et accessoires associés

Fiches techniques jointes en annexe

URD ABI

pour Achat : 12 mois
Pour Location : illimitée, avec remplacement à neuf
la dernière version au renouvellement de contrat

livrets techniques :



Livret de fiches recettes **originales** pour valoriser votre pain invendu



Fiches de **maîtrise sanitaire**

(validation sanitaire par l'étude Crumbler/Ademe/LDA33)

outils de communication:



Une **affiche** valorisant votre démarche éco-responsable



Macaron vitrine « Zéro gaspillage de pain » et 10 stickers produits « Recettes Crumbler »





www.crumbler.f

formations



Nos formations sur site ou en distanciel incluent :

- Utilisation de la machine
- Volet maîtrise sanitaire
- Fabrication de recettes selon les typologies de chapelures
- Volet communication et animation du restaurant

des produits originaux a presenter en self ou en vae

Zoom sur les bouteilles /sachets de mix à cookies :

- Un produit très apprécié en VAE
- Taux de marge élevé
- Nouvelles variantes recettes proposées régulièrement
- Assemblage rapide



Animations autour de l'antigaspi

Plus de 200 ateliers « cookies et muffins antigaspi de pain » réalisés depuis 2018 auprès des convives en restauration collective





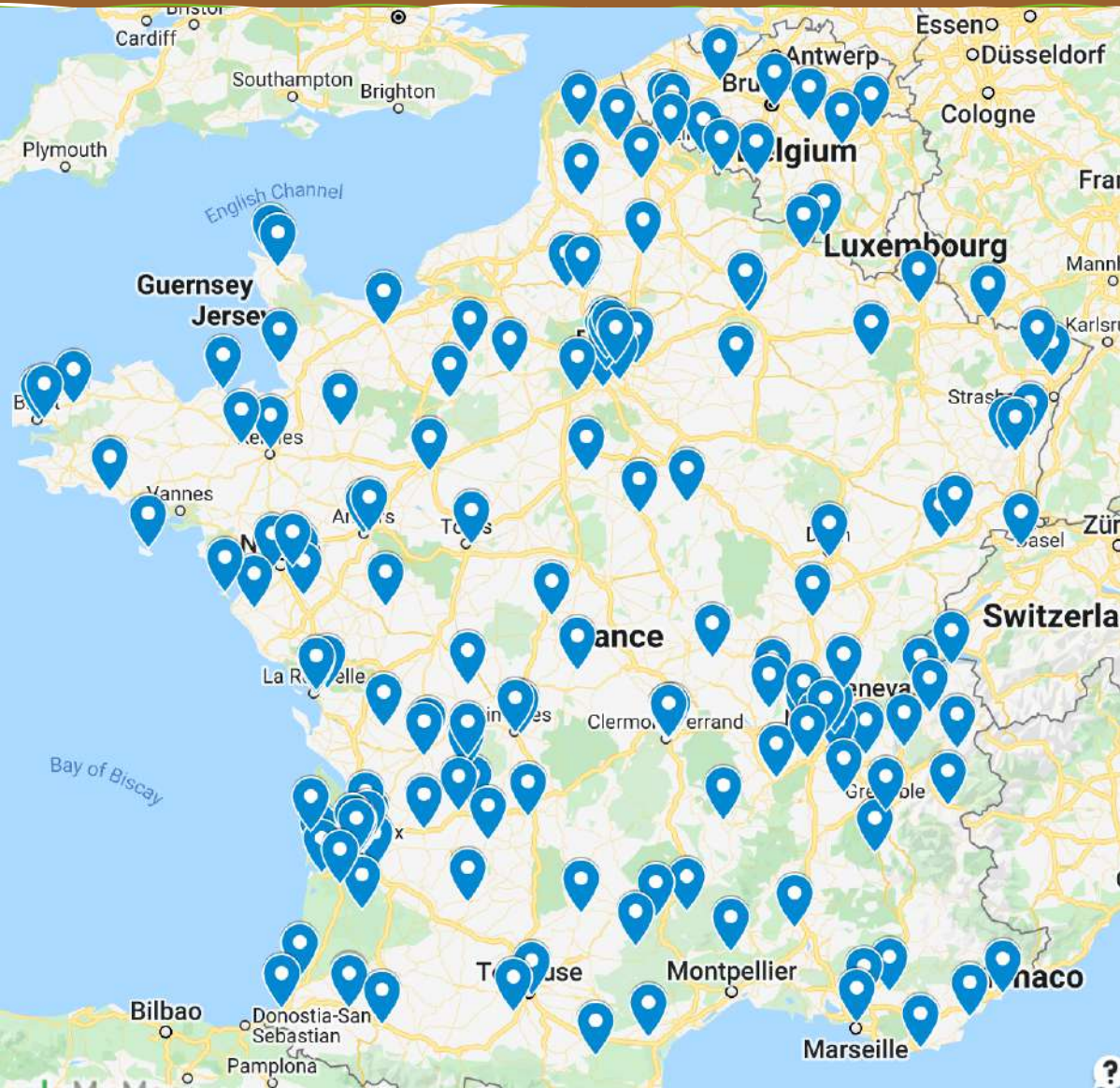
Ecologie



Economies



www.crumbler.f



En 4 ans, nous avons équipé
plus de **250 sites** du Crumbler
et
revalorisé plus de **1 000**
tonnes de pain !

Rejoindrez-vous **l'aventure**
antigaspi ?



www.crumbler.f

un projet reconnu et soutenu



Prix valorisation
trophees agrica 2020



Prix du Developpement
Durable Serbotel 2019



Prix de l'excellence Artisanale
"Innovation" Cma133 2019



Agence De Développement
Economique Du Sud Bordeaux

Grand prix du jury talence
Innovation 2018

Ils nous soutiennent :



ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Energie



Ils en parlent :
URD ABI
by AgroParisTech



Brut.



Retrouvez tous les articles et interviews d'utilisateurs sur : www.crumbler.fr/medias

Contactez-nous



CRUMBLER

URD ABI  un projet d'Explicéat
by AgroParisTech



contact@crumbler.fr

06 45 25 87 92

www.crumbler.fr



[Crumbler](https://www.facebook.com/Crumbler)

HUBCYCLE 

Bienvenue chez Hubcycle

*Des ingrédients upcyclés pour
une alimentation plus durable*

PERCEPTION DE L'UPCYCLING DANS L'AGRO-ALIMENTAIRE,
VERS UNE NOUVELLE CATÉGORIE.

28 JUIN 2022

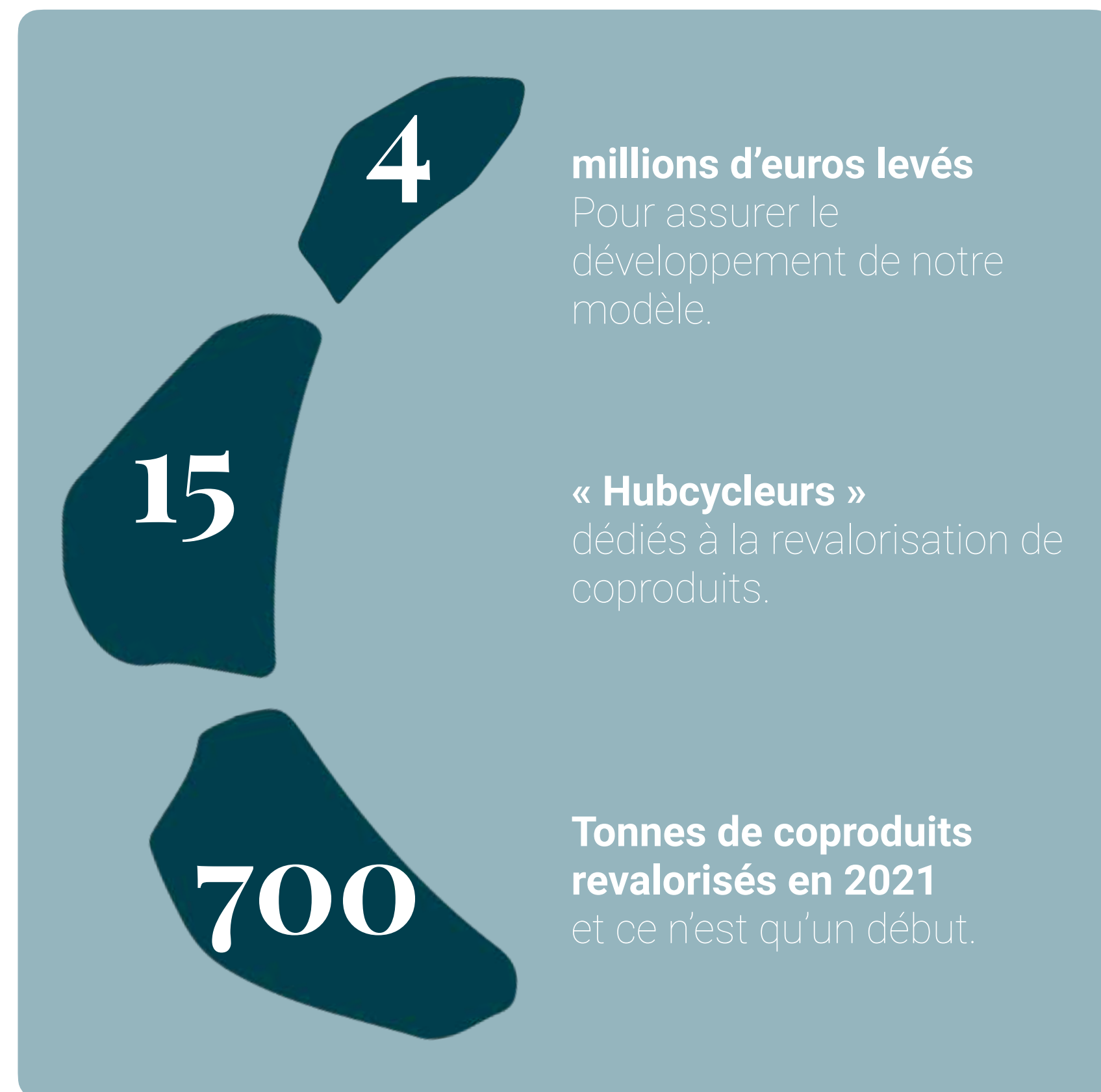


Hubcycle en quelques mots et chiffres.

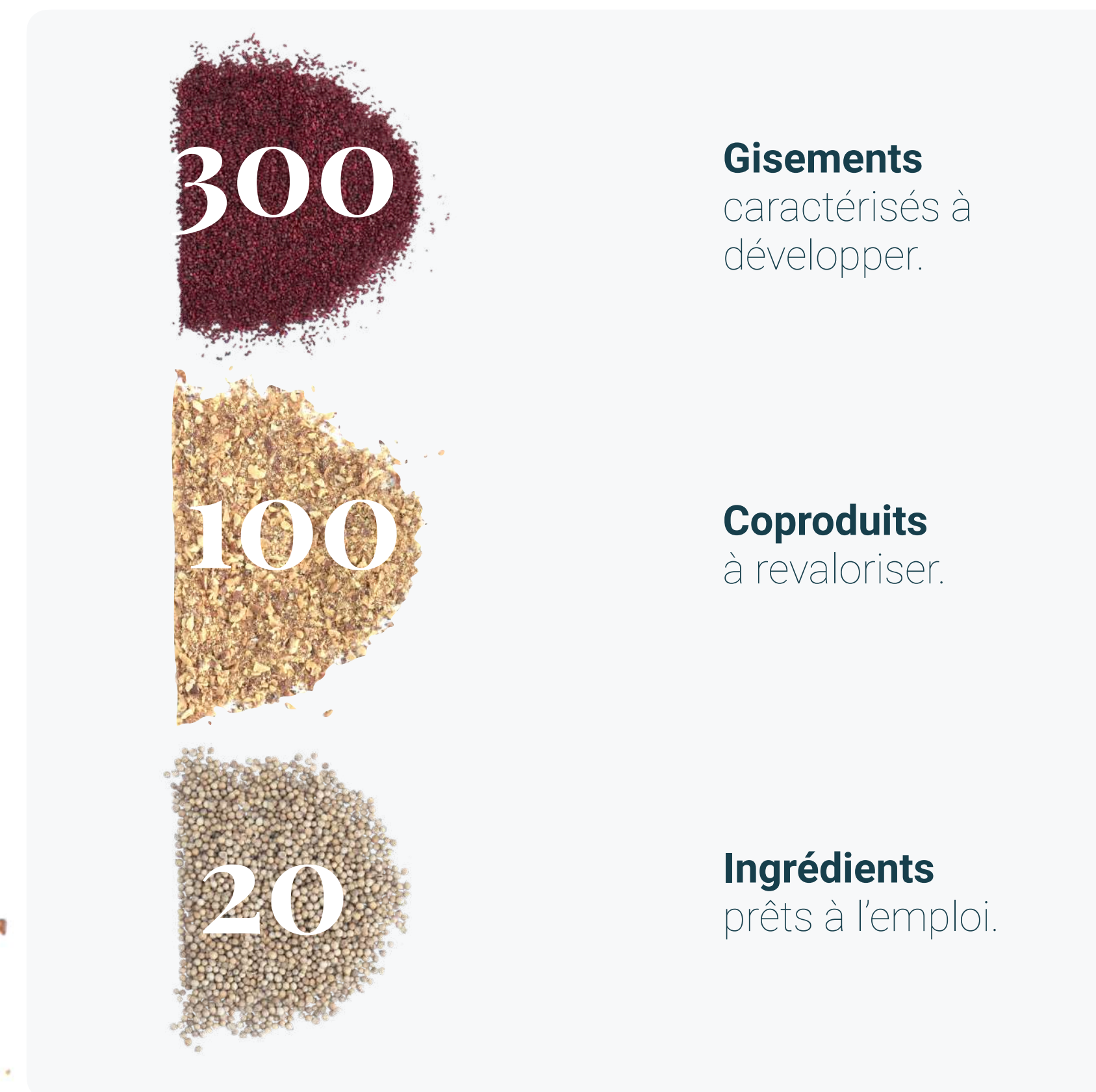
Hubcycle

Aujourd'hui

Une Start up en croissance



Une offre dynamique



Le gaspillage alimentaire, une source d'innovation

Faire évoluer un modèle linéaire vers un modèle circulaire

CHANGER DE POINT DE VUE

Les coproduits ne sont pas voués à devenir des déchets, beaucoup pourraient retourner dans notre alimentation, représentant une des solutions les plus efficaces en terme d'économie circulaire.

Une même ressource devrait être utilisée par plusieurs entreprises pour des applications différentes, afin d'en utiliser le maximum.

LES CARACTÉRISTIQUES DU MODÈLE HUBCYCLE

- **Transversale**

Il crée des ponts entre différentes industries qui n'utilisent pas la même partie d'une plante, d'un fruit, ou d'un légumes.

- **Collaboratif**

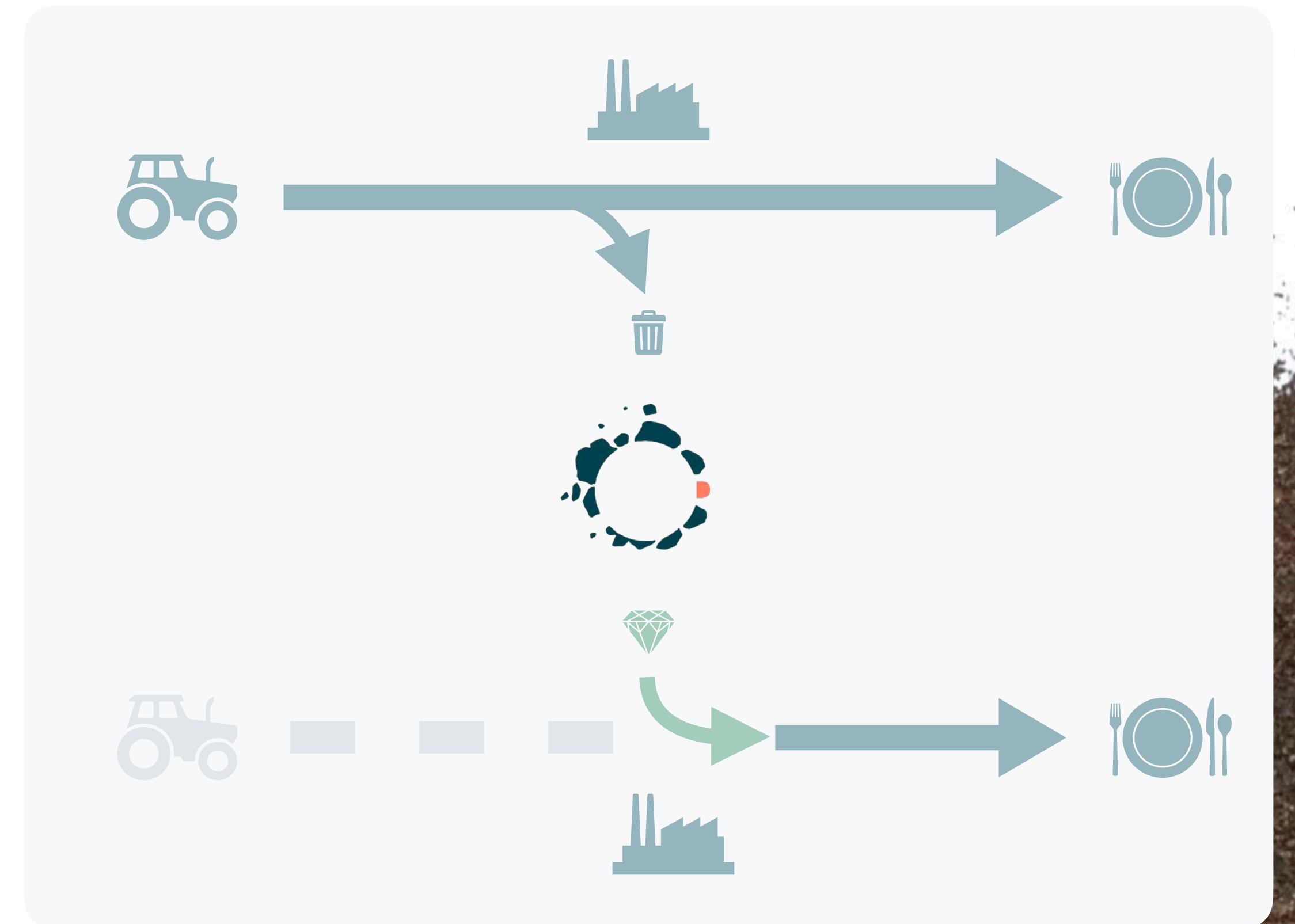
Via un Hub, un réseau de compétences et de parties prenantes, pour trouver des solutions sur mesure à chaque type de co-produits.

- **Exclusif**

Focalisé sur la revalorisation de co-produits pour créer une expertise dédiée et rendre le système plus efficace.

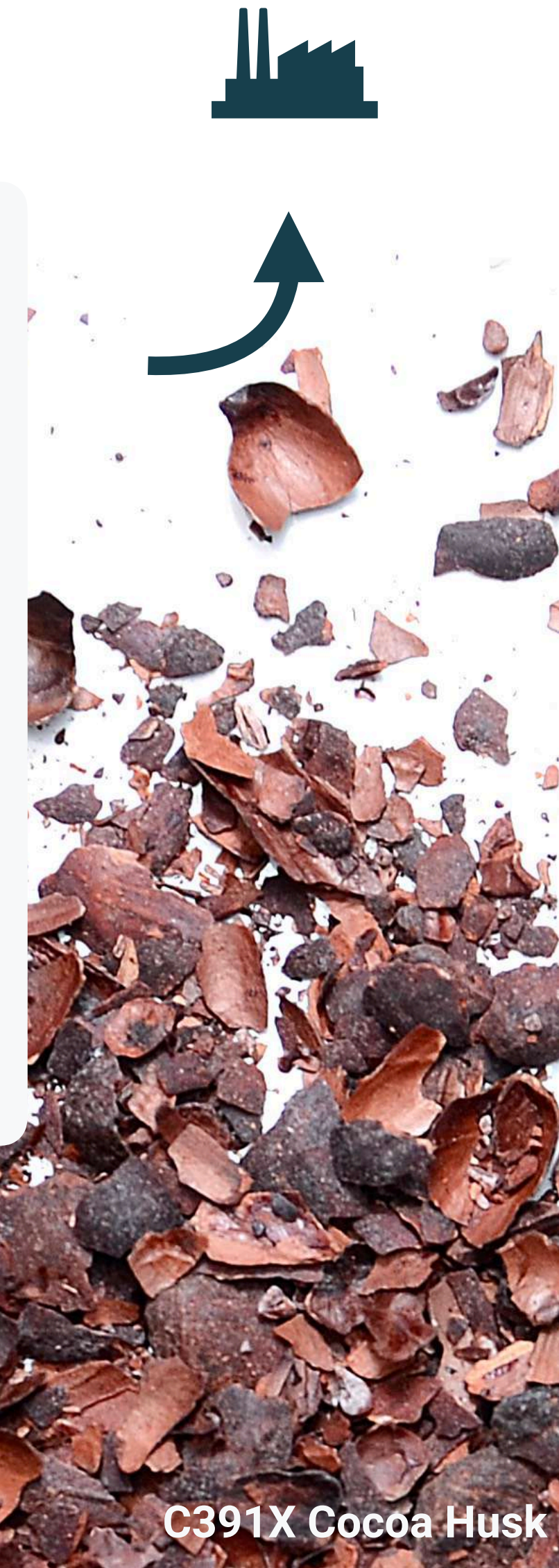
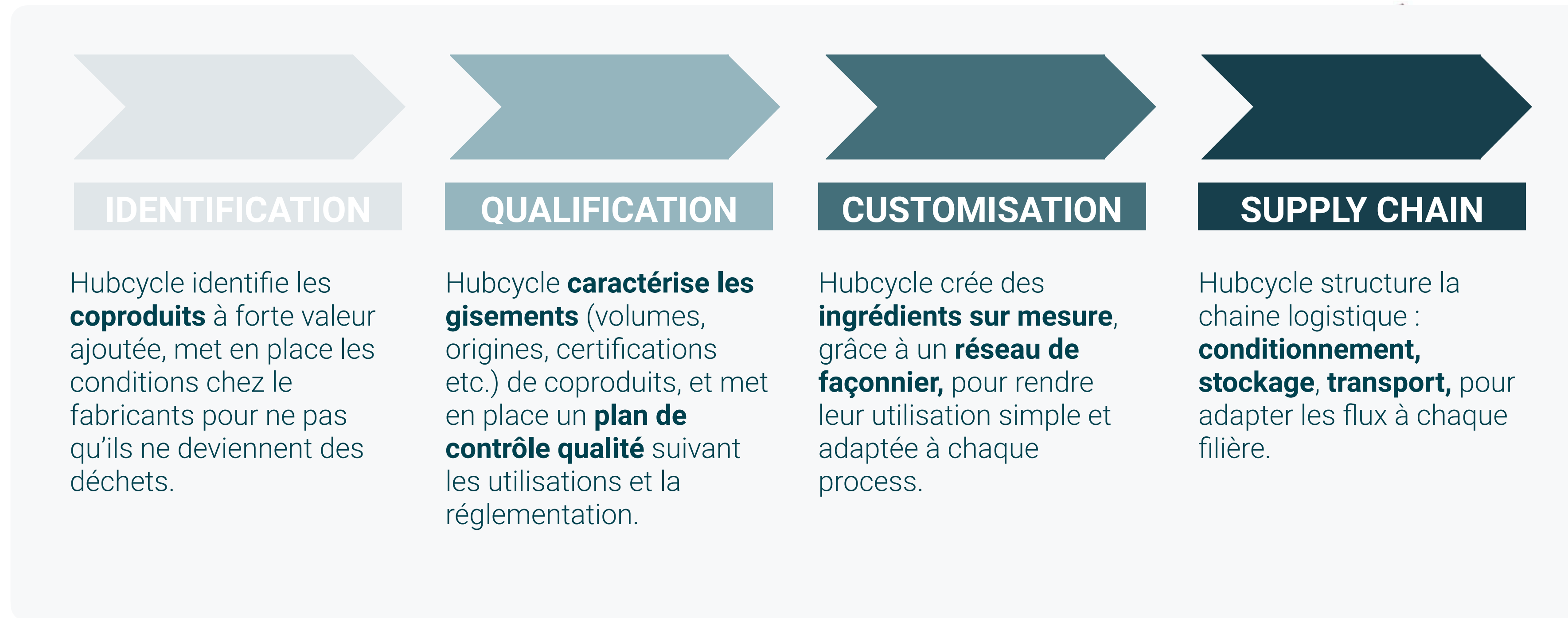
- **Simple et sans contrainte,**

Chacun se focalise sur ce qu'il s'est fait de mieux, on s'occupe du reste.



Hubcycling : un process unique, pour des solutions multiples

À chaque coproduit sa solution sur mesure de revalorisation



L'expérience Hubcycle

Des outils pour « upcycler » en toute simplicité



EXPLORER

LA WEBAPP

Pour **naviguer dans l'univers des ingrédients upcyclés**, et découvrir la diversité de solutions possibles.

Consultez les volumes disponibles, les fiches techniques, faite votre choix dans la plus grande base d'ingrédients upcyclés.

[Consulter la Webapp](#)



TESTER

ÉCHANTILLOTHÈQUE

Pour **évaluer rapidement le potentiel** de chaque référence.

Des échantillons sont disponibles, pour vous permettre de manipuler rapidement nos matières et raccourcir les temps de développements.

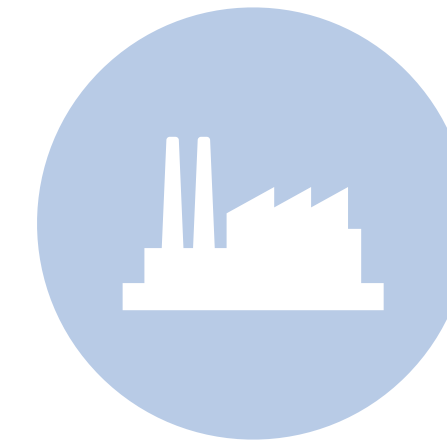


S'INSPIRER

LE LAB

Pour **se projeter dans la meilleure utilisation** de chaque référence en fonction des produits.

Des fiches applications vous orientent, et vous guident dans vos phases de tests R&D et développements produits.



INDUSTRIALISER

HUBCYCLING

Pour **passer d'un concept, à l'échelle industrielle.**

Une équipe de chefs de projets structure la filière pour vous apporter la solution sur mesure dont vous avez besoin.



VALORISER

LE MEDIA

Pour **faire passer le message**, et capitaliser sur les bénéfices apportés par chaque ingrédient upcyclé.

Nous mettons à votre disposition une palette d'outils, et d'indicateurs pour communiquer efficacement auprès de vos consommateurs.



L'heure est venue pour l'upcycling

Un contexte favorable pour l'upcycling

« *Au milieu de toute crise se trouve une grande opportunité* ». A Einstein

Inflation

Un prix compétitif

La valeur d'un coproduit est relative et se mesure aux bénéfices qu'il apporte plutôt qu'à son coût de production. Il est moins sujet au variation des cours.

Souveraineté alimentaire

Une disponibilité locale

Une grande variété de coproduits sont disponibles localement. En substituant une matière standard, il diminue nos besoins d'importation, et augmente notre autonomie alimentaire.

Gaspillage alimentaire

La réduction des déchets

Capté à temps, les coproduits ne deviennent pas des déchets. Ils peuvent ensuite retourner dans notre alimentation sous forme d'ingrédients.

Nourrir la planète

Une augmentation de la productivité agricole

L'utilisation de toutes les parties d'une plante, fruits, légumes permet d'augmenter indirectement la productivité de l'agriculture, on fait plus avec moins.

Réchauffement climatique

Une diminution de l'impact environnemental

Chaque Kg d'ingrédients upcyclés évite de produire une quantité équivalente d'un ingrédient standard, c'est autant de CO2, d'eau, et de surface cultivée qui sont économisés.

Une réponse aux attentes conso

Toujours plus exigeants, et informés



- ⚠ 64% des consommateurs ne font pas confiance aux marques.
- ✓ 53% des consommateurs prêts à payer plus cher si la démarche est expliquée en détails « sans greenwashing ».
- ✓ La génération Z est beaucoup plus sensible à l'impact environnemental, dans une logique de « One health »



Organic Upcycled Hazelnut muffin

C451B Organic Hazelnut defatted Flour

- ✓ Bio
- ✓ Made in France
- ✓ 42% de protéines
- ✓ Yummy
- ✓ 1 Kg = 4.51 kg CO2 eq/kg de produit
- ✓ 30T disponibles



Perception de l'upcycling, freins et opportunités.

Etat des lieux des données disponibles

Peu de données, récoltées sur différents continents

UPCYCLED[™]
FOOD ASSOCIATION

Foodstuffs  NZ  Drexel
UNIVERSITY

Méthodologie

Retail potential for upcycled Food
Enquête sur 1001 personnes online.

Potential of an upcycled craft beer (not published)
Enquête sur 300 personnes online, 65 en magasin.

Interview with category manager
Enquête qualitative sur 10 Category Manager.

Croissance de la notoriété

10% des interrogés n'avaient pas entendu parlé « d'upcycled food ». Première étude (aout 2020).

30% des interrogés dans la 2e étude en février 2021.

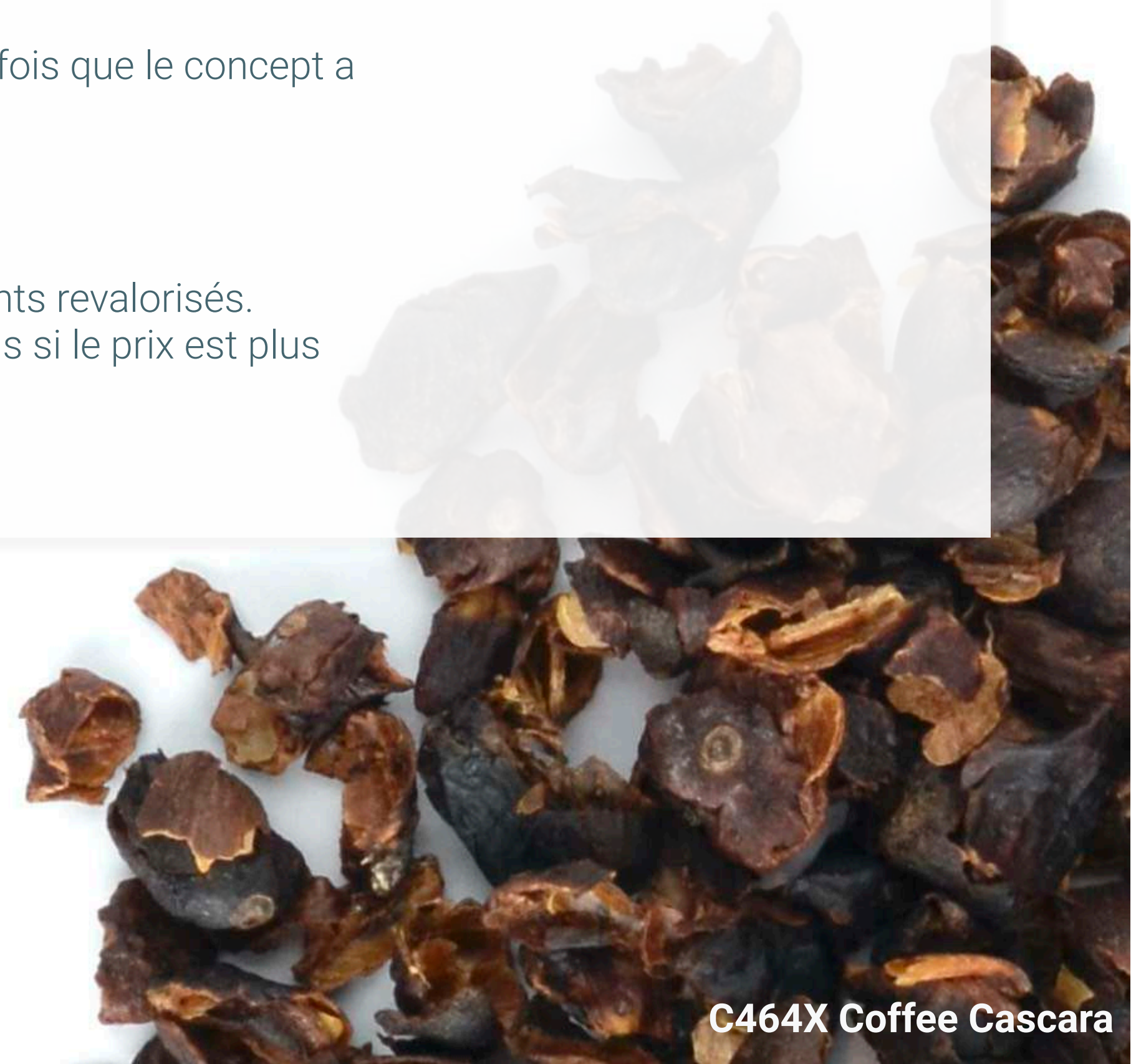
L'importance de la communication

81% des interrogés plébiscitent les aliments upcyclés, une fois que le concept a été défini et expliqué.

Perception de la valeur ajoutée

35% de interrogés privilégieraient à qualité égale des aliments revalorisés.

56% des interrogés non intéressés pourraient changer d'avis si le prix est plus attractif.



État des lieux en France : étude Hubcycle

Phase 1 : étude qualitative auprès d'experts de la profession



Méthodologie

Entretiens individuels semi-directifs, réalisés auprès de 8 experts.

Directeur marketing distribution
Directeur start up « steacks végétaux »
Responsable marketing grande distribution
Chef de projet distribution bio
Responsable RSE grande distribution
Directeur PME « glace »
GM Distribution spécialisée
Responsable RSE plats préparés RHF

Gaspillage alimentaire, un problème unanimement partagé

« Prise de conscience »,
« sujet important »,
« plusieurs méthodes d'action »

Revalorisation des coproduits, un sujet connu mais pas encore apprivoisé

« Intéressé mais comment s'y prendre »
« Véritable voie d'innovation »

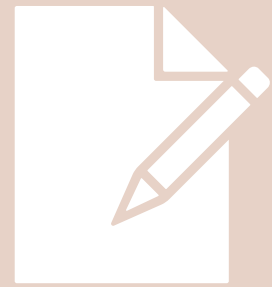
La communication un frein à l'innovation

« le frein c'est le claim »



État des lieux en France : étude Hubcycle

Phase 2 : panel conso



Méthodologie

Focus groupe sous forme de table ronde, 20 participants divisés en 2 groupes.



L'indignation générale face au gaspillage alimentaire

« dramatique »,
« indignation »,
« une surproduction et surconsommation »

Un jargon technique mal compris

Méconnaissance et mauvaise interprétation des termes : coproduit, revalorisation, upcycling.

Une réaction positive à la vue des matières

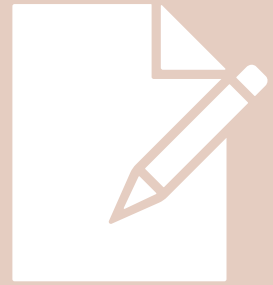
« Est ce vraiment jeté »
« Ça à l'air bon »
« Moi ça me donne faim »
« Il faudrait mettre les entreprises en contact pour qu'elles évitent de jeter ça. »

Perception des bénéfices

« Les différents leviers et bénéfices sont identifiés : cout & écologie. »

État des lieux en France : étude Hubcycle

Phase 3 : étude quanti



Méthodologie

Questionnaire en ligne, diffusé via des canaux professionnels et personnels.

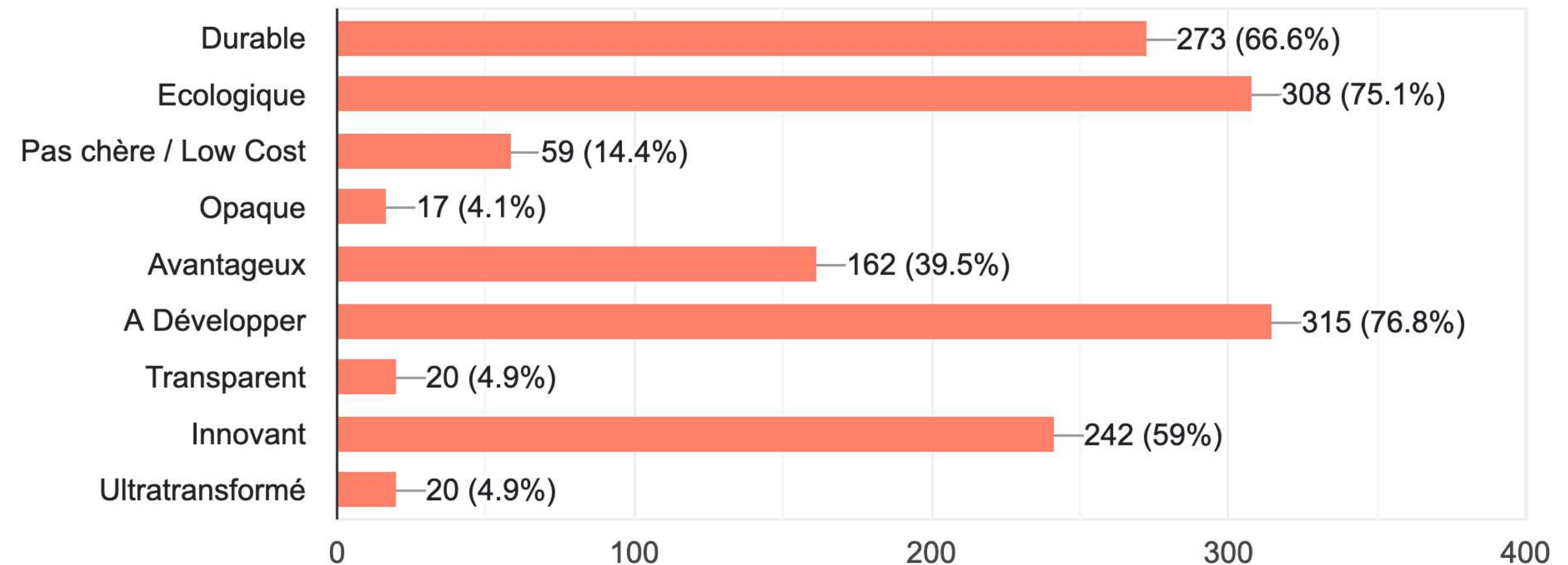
407 répondants, avec une répartition de 60% de femmes et 40% d'hommes.
68% âgés de 15 à 25 ans.

Remarque : la population interrogée n'est pas représentative de la population française.

Une méconnaissance de l'upcycling, mais un plébiscite une fois les bénéfices expliqués

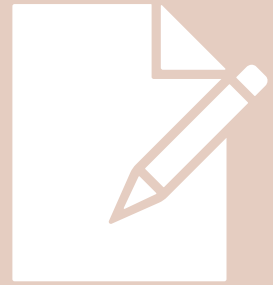
Une majorité des répondants n'a pas entendu parlé d'upcycling, de revalorisation de coproduits etc. Pourtant comme pour l'étude de l'UFA, 82% se disent prêts à acheter un produit upcyclé, une fois qu'une définition leur a été donnée.

Une perception plutôt orientée vers l'impact environnemental



État des lieux en France : étude Hubcycle

Phase 3 : étude quanti



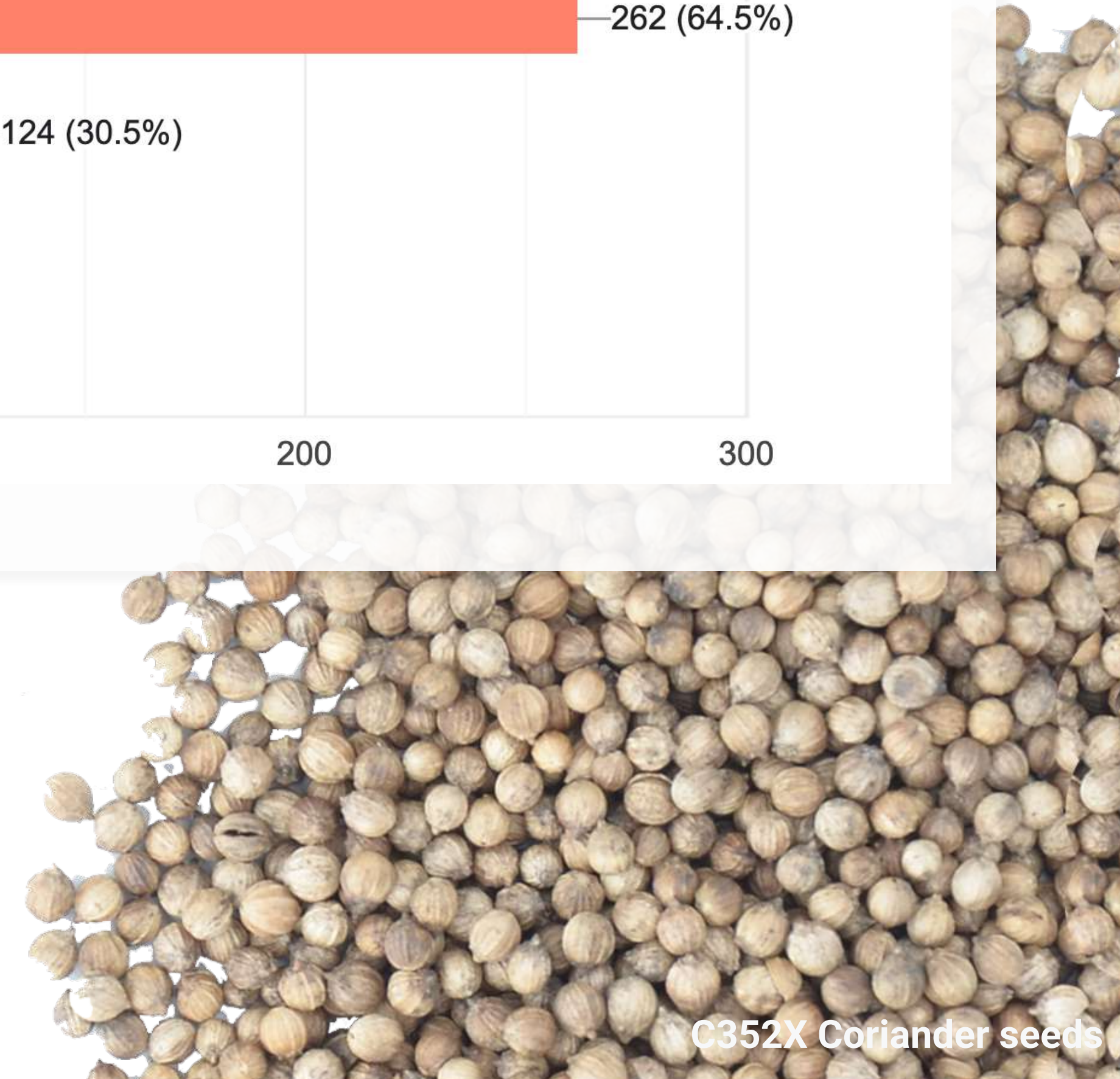
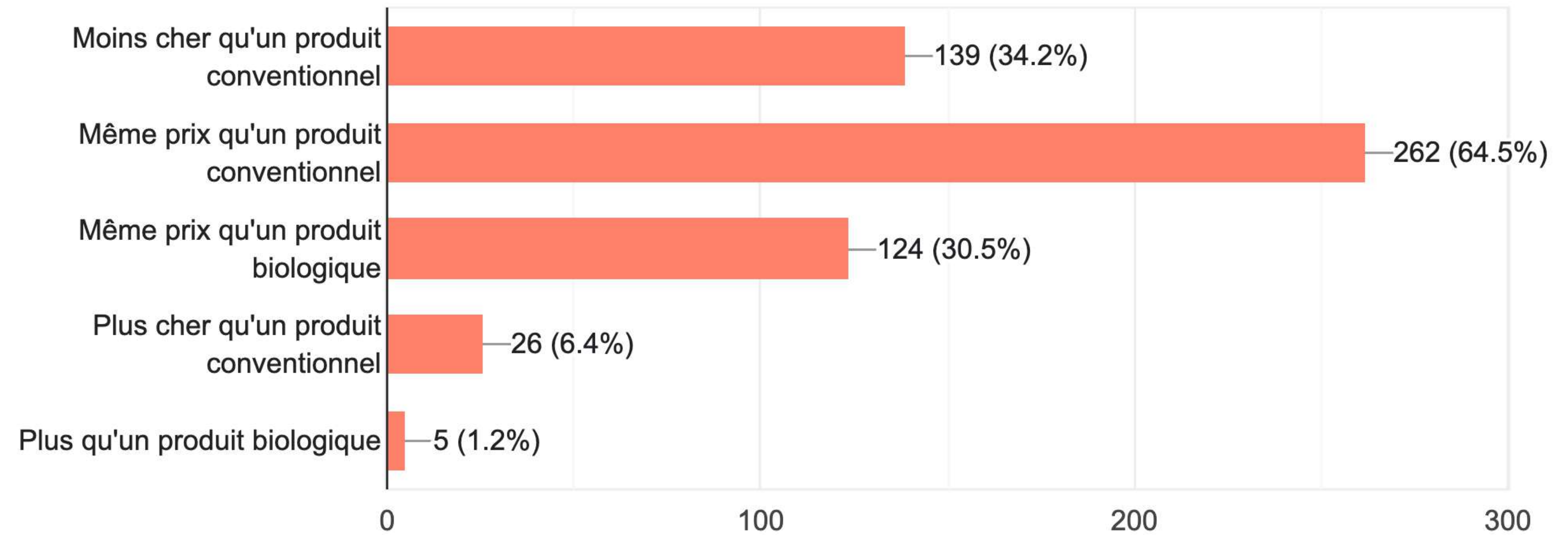
Méthodologie

Questionnaire en ligne, diffusé via des canaux professionnels et personnels.

407 répondants, avec une répartition de 60% de femmes et 40% d'hommes.
68% âgés de 15 à 25 ans.

Remarque : la population interrogée n'est pas représentative de la population française.

Une valeur perçue élevée, grâce aux avantages et bénéfices de la démarche



Le guide pour un lancement réussi

Facteurs clé de succès pour se lancer dans l'upcycled food

Travailler la communication

Malgré un apriori négatif « manger un déchet », les nombreux bénéfices apportés par la démarche d'upcycling, génèrent une perception positive et rendent le concept attractif.

La transparence est de mise pour générer de la confiance.

Ne pas négliger les fondamentaux : « aussi bon en mieux »

Le goût, et le prix reste les « must have » d'un produit. Les bénéfices de l'upcycling, sont des arguments secondaires qui créent une différenciation, mais ne représentent pas un argument déclencheur seul.

Des bénéfices suffisamment forts pour un positionnement prix raisonnable.

Ni premium, ni low cost, les consommateurs s'attendent à un positionnement prix économique, en rapport avec les prix du marché marque national / MDD.

Une sensibilité générationnelle

Plus la cible est jeune pour elle est réceptive aux arguments environnementaux et aux messages véhiculés par l'upcycling, sur un concept de « One Health ».

Impact des arguments associés aux ingrédients upcyclés



Perspective : l'Upcycled Food une nouvelle catégorie

Débat et question

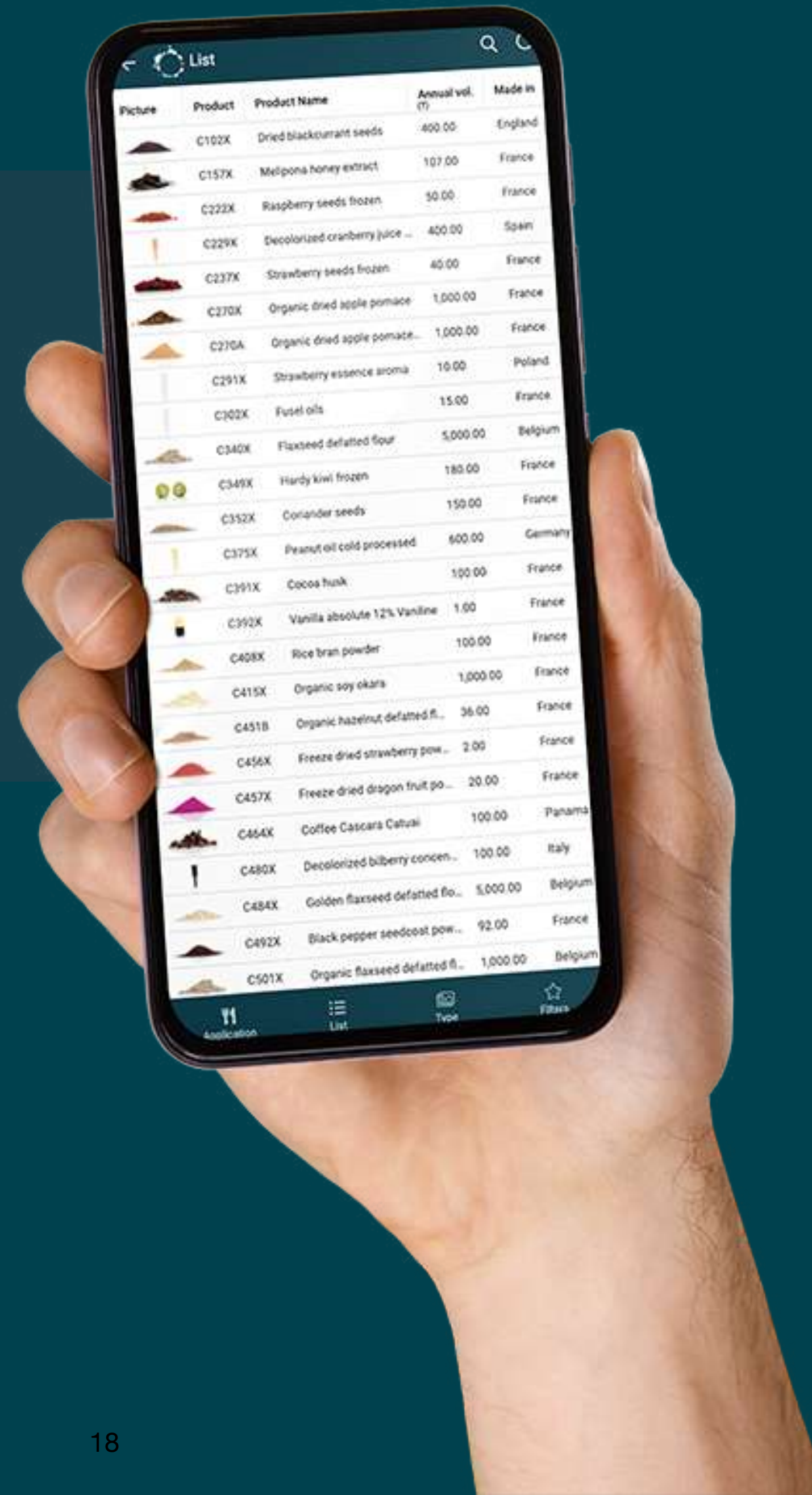
L'upcycling une catégorie qui répond à l'évolution des attentes consommateurs et du contexte économique, social, environnemental.

Qu'en pensez vous ?



Unlock the value of industrial food waste.

Check our Webapp



Contact

Dominique Sylvain

Partner, head of marketing

dsylvain@hubcycled.com

+33 07 83 28 78 04