

# Les franchiseurs et les franchisés dans le secteur de la restauration rapide sont-ils prêts à investir dans les nouvelles pratiques en matière de tri des déchets ?

## Propos introductifs

Les résultats de notre étude ont permis d'observer que les franchiseurs et les franchisés du secteur de la restauration rapide sont encore partagés quant à la décision d'investir dans la mise en place de nouvelles pratiques en matière de tri des déchets. Ils discutent aussi de la possibilité d'augmenter les prix de vente.

## Décision d'investir dans la mise en place de nouvelles pratiques en matière de tri des déchets

- Des professionnels résolus à investir

Certains réseaux de restauration rapide sont prêts à investir pour une meilleure gestion de leurs déchets afin d'être en conformité avec la réglementation et de renforcer leur image de marque.

« De toute façon, on n'a plus vraiment le choix avec toutes les nouvelles réglementations [...]. Mais oui, nous sommes prêts à investir, [...] on trouve ça super bien, déjà pour l'environnement mais également pour l'image du groupe [...]. Après, c'est plus la contrainte de temps [...]. » (Franchiseur)

« On sait que [...] cela a un impact pour nous de communiquer dessus, pour l'image du réseau. On touche pas mal de gens et quand on est une chaîne, on a une responsabilité à ce niveau-là. Donc, on a intérêt à s'améliorer puis à communiquer dessus car les gens sont de plus en plus sensibles à ça. » (Franchiseur)

- Des professionnels hésitants à agir

Certains franchiseurs et franchisés interviewés sont plus réticents quant à investir pour une meilleure gestion de leurs déchets en raison de contraintes économiques, d'attentes encore plus élevées vis-à-vis du gouvernement et d'une réglementation encore souple.

- Des contraintes économiques

« Je me disais que je partirai bien [pour] ce 4<sup>ème</sup> établissement sur des bonnes pratiques, [...] mais l'analyse économique me montre que non, ce n'est pas valable du tout aujourd'hui, et [...] peut-être qu'il faudra que je continue à avoir les pratiques qui sont celles que j'ai finalement. » (Franchisé)

- Un manque d'implication et de soutien de l'État

« Pour moi, c'est à l'État de faire quelque chose, c'est à l'État d'y réfléchir, c'est eux qui donnent le 'la'... Pour moi, ils ont une très forte responsabilité sur ces choses-là, [...] c'est à eux de fournir les idées. Ce n'est ni au franchisé, ni au franchiseur. » (Franchisé)

« Je pense qu'il y a aussi certains frais qui peuvent être absorbés par l'État et/ou par les communes pour aider les restaurateurs à mettre en place un système de tri efficace. » (Franchiseur)

- Un cadre réglementaire encore trop peu strict
  - « Je pense [...] que de toute façon, à un moment donné, s'il n'y pas le choix au niveau de la loi et qu'il y des amendes, il faudra le faire donc ça sera fait, parce qu'on ne veut pas être hors-la-loi. » (Franchiseur)
  - « Rien n'arrivera si ce n'est pas obligatoire ! [...] Ça ne se fera pas spontanément... parce que si vous voulez, dans un réseau de franchise, c'est compliqué de simplement dire 'Bon ce serait bien qu'on fasse...'. » (Franchiseur)

## L'option de l'augmentation des prix de vente

La possibilité de répercuter les investissements pour une meilleure gestion des déchets, sur les prix de vente des produits divise les opinions des interviewés.

- Avis favorables à l'augmentation des prix de vente
  - « Ça ne me dérangerait pas de payer plus cher. Bien-sûr, il ne faudrait pas que le sandwich prenne 10€ parce qu'on fait du recyclage mais s'il prend 1 ou 2€ ça ne me dérangerait pas. » (Consommateur)
  - « Pas passer du simple au double en matière de prix, mais augmenter de 1€ si tu as un discours clair derrière, pourquoi pas. [...] Moi je pense que je serais prête à payer plus cher. » (Consommateur)
  - « Nous, en tant que consommateur, on peut être prêt à payer 10 centimes de plus quelque chose qui va être emballé avec du papier biodégradable. » (Consommateur)
  - « Quand vous faites passer [...] un contenant de dessert de 6 centimes à 14 centimes, il y a 8 centimes de plus. Alors on va augmenter le prix du dessert de 10 centimes et on en parle plus. Votre marge est maintenue. Je ne serais bien sûr pas passé de 6 à 40 centimes, cela n'a pas de sens. » (Franchiseur)
- Avis défavorables à l'augmentation des prix de vente
  - « Non, ça ne doit pas agir sur notre prix de vente, ce n'est pas un argument. C'est simplement une bonne pratique à avoir pour le bien de tous. » (Franchiseur)
  - « Payer plus juste pour que le plastique soit recyclé ? Non parce que j'estime que ça devrait déjà être fait et que ce n'est pas au consommateur de payer. C'est à l'entreprise qui propose le service et le produit de le faire car aujourd'hui c'est aussi de leur responsabilité. » (Consommateur)

## Propos conclusifs

Malgré les nouvelles réglementations et les impacts positifs d'une meilleure gestion du tri des déchets notamment en termes d'image de marque, certains réseaux – se sentant encore peu concernés par cette question environnementale – hésitent encore à investir dans la mise en place de nouvelles pratiques. Quant aux consommateurs, certains interviewés sembleraient prêts à payer plus chers leurs repas pour contribuer aux efforts des réseaux de restauration rapide.

NB : Cette fiche pratique est issue d'une étude empirique intitulée « La gestion des déchets dans les chaînes de restauration rapide », menée par les étudiants du Master Franchise & Commerce en Réseau – IGR-IAE Rennes – Université de Rennes 1, et coordonnée par Rozenn Perrigot, Professeur des Universités et Directrice du Centre sur la Franchise & le Commerce en Réseau. Plus d'une centaine de franchiseurs, franchisés et clients ont contribué à cette étude en acceptant d'être interviewés durant l'automne 2019.