



Café zéro déchet

# Café Le 5e

2018

**Étude de cas – secteur commercial**  
réalisée par Équiterre pour RECYC-QUÉBEC

## Faits saillants

---

**Café zéro déchet**

---

**Pot mason**

Dépôt de 1 \$  
pour le café à  
emporter

---

**Une 2e vie**

Tasses et vaisselles  
durables de  
seconde main

---

**Sensibilisation  
de la clientèle  
et des  
fournisseurs**

---

**Les employés  
deviennent des  
agents de  
sensibilisation!**



# 1.

## Description de l'organisation

|                                         |                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Adresse</b>                          | 4437, rue Wellington, Verdun                                                                                                                                                                                     |
| <b>Téléphone</b>                        | 438 476-4791                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Secteur d'activité</b>               | Commercial                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Achalandage</b>                      | 20 000 clients/année                                                                                                                                                                                             |
| <b>Clientèle</b>                        | 20 à 35 ans (50 %)<br>45 à 60 ans (30 %)<br>Autres tranches d'âge (20 %)                                                                                                                                         |
| <b>Site web</b>                         | <a href="http://www.le5e.cafe">www.le5e.cafe</a><br><a href="https://www.facebook.com/le5ieme/">https://www.facebook.com/le5ieme/</a><br><a href="#">@le5e.cafe (Instagram)</a>                                  |
| <b>Personne(s) contact(s)</b>           | Vincent Dessureault et Dorian Zéphir<br>Cofondateurs<br>Téléphone : 438 476-4791<br>Courriel : <a href="mailto:vincent@le5e.cafe">vincent@le5e.cafe</a> , <a href="mailto:dorian@le5e.cafe">dorian@le5e.cafe</a> |
| <b>Politique environnementale</b>       | Non                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Reconnaisances environnementales</b> | Aucune candidature n'a été entreprise par le commerce à ce jour.                                                                                                                                                 |

Le café Le 5e allie les fonctions de café, de coworking et de restauration, le tout, dans un environnement zéro déchet. Il se veut un espace de rassemblement, axé sur le développement d'une conscience environnementale et sociale du voisinage. De bonnes habitudes de santé pour soi, pour les autres et pour l'environnement sont mises de l'avant à travers une offre alimentaire biologique, locale et végétalienne. Le café partage les mêmes locaux que l'épicerie zéro déchet LOCO.



Ambiance du café



Visuel du café

## 2.

### Contexte du projet et motivations

L'idée du café Le 5e est née de l'agencement des intérêts et compétences de ses fondateurs. De plus, la conférence de Béa Johnson sur le zéro déchet les a inspirés.

Les fondateurs ont participé à une collecte de déchets abandonnés dans les rues de Griffintown organisée par des citoyens du quartier. Cette collecte a permis de constater que les contenants compostables se retrouvaient dans les rues, trottoirs et poubelles et étaient donc traités comme des déchets standards. Poursuivant l'objectif de limiter ce genre de comportement, le café s'est ainsi tourné vers la vaisselle réutilisable (durable). Celle-ci a été privilégiée dès le début des activités.

### Étapes clés du café

| Date ou période          | Action/Évènement                                                                                                                      |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Juillet - septembre 2016 | Sociofinancement sur la plateforme web Ulule                                                                                          |
| Novembre 2016            | Inauguration du café à Griffintown                                                                                                    |
| Mai 2017                 | Campagne POTLOC (plateforme citoyenne de consultation sur l'offre commerciale locale) pour l'identification du lieu du prochain café. |
| Octobre 2017             | Déménagement à Verdun, sur la rue Wellington                                                                                          |



Dorian Zéphir - Cofondateur

# 3.

## Description du projet de réduction

Le café offre des tasses réutilisables (usagées) pour les consommations sur place et pour emporter. Les clients ont également l'option de prendre leur breuvage pour emporter dans un pot Mason consignable. Ils pourront ensuite le rapporter ou le réutiliser lors de visites subséquentes au café. De la vaisselle durable est utilisée pour les repas consommés sur place. Pour les aliments à emporter, le café propose, en dernier recours, un sac compostable. En collaboration avec l'épicerie LOCO, la mise en vente de tasses et contenants durables et réutilisables est valorisée. L'objectif du café est de générer le moins de déchets possible.

### 3.1. Contenants utilisés

|                                   | Type                  | Pots Mason                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                               |
|-----------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Tasses et vaisselle pour emporter | Format                | 250 et 500 ml                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                               |
|                                   | Composition           | Verre (contenant) et métal (couvercle)                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                               |
|                                   | Fournisseur           | Canadian Tire                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                               |
|                                   | Coût unitaire         | 1 \$ taxes incluses (revente sous consigne)                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                               |
|                                   | Roulement             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Moyenne de 2 caisses de 12 pots Mason par semaine.</li> <li>À Griffintown, en été, il se vendait 3 à 4 caisses de 12 pots par semaine (en prenant en compte les cafés et smoothies pour emporter). Il est donc présumé que le roulement va augmenter en été.</li> </ul> |                                               |
|                                   | Commentaires généraux | Le modèle de pot utilisé n'a pas d'anse. Puisqu'il n'est jamais rempli jusqu'au bord, les risques de brûlures sont faibles.                                                                                                                                                                                    |                                               |
| Autres contenants utilisés        | Type                  | Tasses                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Bols et assiettes                             |
|                                   | Format                | Variable (en moyenne 250 ml)                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 10 ml à 1L                                    |
|                                   | Composition           | Variable (céramique, verre)                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Variable (verre, métal, céramique, plastique) |
|                                   | Fournisseurs          | Magasins d'articles usagés, restaurants récemment fermés, Marie Céramiste (tasses à expresso), Camellia Sinensis (théières).                                                                                                                                                                                   |                                               |
|                                   | Coût unitaire         | Variable                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Variable                                      |
|                                   | Roulement             | Avec la diversification de l'offre, notamment avec les brunchs de fin de semaine, la vaisselle et les ustensiles commencent à manquer.                                                                                                                                                                         |                                               |
|                                   | Commentaires généraux | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les tasses et la vaisselle sont dépareillées, ce qui apporte une</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |                                               |



Rangement des tasses



Rangement de la vaisselle



Tasse réutilisable



Pots Mason utilisés

- touche d'originalité.
- Par souci de soutien à l'économie locale, le café fait affaire avec des fournisseurs et artisans locaux dans la mesure du possible.

**Autres contenants utilisés**

|               |                  |                                             |
|---------------|------------------|---------------------------------------------|
| Type          | Sacs             | Contenants réutilisables                    |
| Format        |                  | Grand                                       |
| Composition   | Papier kraft     | Plastique                                   |
| Fournisseurs  | Aubut            | Aubut                                       |
| Coût unitaire | 0,05 \$          | 10 \$                                       |
| Roulement     | env. 2 sacs/jour | Les bacs sont réutilisés depuis leur achat. |

**Commentaires généraux**

- Les sacs sont utilisés de manière exceptionnelle, pour l'emballage des sandwichs et viennoiseries à emporter. Cet ajout sert de compromis auprès de la clientèle moins au fait du mouvement zéro déchet et se veut temporaire. Le café travaille à trouver une autre astuce telle que l'utilisation de sacs fabriqués de tissus recyclés.
- Les contenants de plastique réutilisables sont utilisés pour le rangement et la manutention des aliments.

## Leçons à tirer

La recherche continue de produits zéro déchet constitue un défi en soi et requiert du temps aux fondateurs afin de rester à l'affût des nouveautés dans le domaine. C'est le cas notamment avec la recherche d'un contenant plus optimal que les pots Mason pour le café. Les fondateurs souhaitent également faire affaire avec le fournisseur de pots Mason directement au lieu de s'approvisionner dans une grande surface.

Les tasses et la vaisselle étant dépareillées, le rangement s'avère plus difficile puisqu'elles sont de formats variés. Le choix d'acheter de la vaisselle usagée a également demandé plus de temps. De nombreuses visites chez des détaillants d'articles usagés ont été réalisées afin de trouver les items souhaités. Aussi, bon nombre de recherches ont été faites pour se tenir informé des fermetures de restaurants afin d'y récupérer des lots de vaisselle. Petit à petit, le café accumule une vaisselle uniforme et délaisse sa vaisselle précédente par des dons et à l'occasion de ventes de garage.

## 3.2. Incitatifs économiques

Puisque le café offre majoritairement de la vaisselle réutilisable, seul un dissuasif économique est appliqué sur les sacs compostables.

| Type         | Montant                                  | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Vente</b> | 1 \$<br>pour le pot<br>Mason             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les pots pour emporter sont consignables.</li> <li>• Aucun profit n'est réalisé à travers la vente des contenants.</li> <li>• Dans la plupart des cas, les clients sont heureux d'avoir un pot Mason et sont portés à le réutiliser, soit pour du café à emporter, soit pour une utilisation à la maison.</li> </ul> |
| <b>Frais</b> | 0,25 \$<br>pour les sacs<br>compostables | Ce coût supplémentaire sera retiré pour éviter des mécontentements auprès de la clientèle. Les fondateurs souhaitent également miser sur l'éducation et la sensibilisation à plus long terme au mode de vie zéro déchet.                                                                                                                                      |

## 3.3. Équipement



Lave-vaisselle utilisé

| Lave-vaisselle/<br>stérilisateur | Fabricant             | Lamber                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | Modèle                | DSP4                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                  | Dimensions            | 60 x 63,5 x 82 cm                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                  | Capacité              | 75 l                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                  | Durée du cycle        | 120 secondes                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                  | Neuf ou usagé         | Usagé                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                  | Achat ou location     | Achat avec EconoLease                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                  | Coût                  | 2 900 \$                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                  | Utilisation           | Mise en marche sur le cycle court 10 fois par jour en moyenne.                                                                                                                                                                                                                 |
|                                  | Commentaires généraux | L'achat d'un stérilisateur a grandement amélioré le fonctionnement du café. Cet équipement permet d'assurer l'atteinte des normes d'hygiène du MAPAQ s'il est combiné avec un lavage de la vaisselle à la main au préalable. Cela permet d'offrir des contenants consignables. |

## 3.4.

### Coûts du projet

|                               |                      |                                                                        |
|-------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Investissement initial</b> | 2 500 \$<br>2 500 \$ | Achat de pots Mason et de vaisselle durable<br>Achat du lave-vaisselle |
| <b>Investissement annuel</b>  | 2 000 \$             | Roulement au niveau de l'inventaire de pots Mason                      |
| <b>Financement</b>            | Financement          | Montant obtenu sur la plateforme de sociofinancement Ulule             |

Les investissements associés à l'achat et au roulement des pots Mason représentent un coût nul étant donné que les pots sont vendus au prix coûtant.

Le café Le 5e s'est tourné vers le sociofinancement afin de recueillir les fonds nécessaires au projet. La plateforme Ulule a été choisie et a permis de cumuler plus de 45 000 \$ en fonds de démarrage. Ce montant a permis de rénover l'espace à Griffintown et de faire l'acquisition de nouvel équipement (vaisselle, lave-vaisselle, mobilier, etc.).

## 3.5.

### Ressources humaines

Initialement, le café Le 5e était opéré par les fondateurs uniquement. Avec l'augmentation de l'achalandage, deux nouveaux postes à temps partiel ont été créés et d'autres pourraient l'être prochainement.

En démarrant le café, les deux fondateurs ont dû apprendre à réaliser des tâches nouvelles (ex. : comptabilité, gestion des ressources humaines, marketing). L'entrepreneuriat les a ainsi amenés à se spécialiser dans une variété de domaines. Un programme de formation technique et entrepreneuriale est d'ailleurs offert par le café en échange d'heures de service. L'idée est de permettre de vivre l'expérience entrepreneuriale de la gestion d'un commerce tout en assurant une présence au café.

## 4. Autres initiatives de réduction à la source

Il est à noter que les serviettes de table utilisées au café de même que les serviettes pour se sécher les mains sont en tissu. Les serviettes sont lavées par une compagnie externe sur une base régulière. Aucune réaction négative n'est observée chez les clients. Au contraire c'est plutôt positif, car ils prennent moins de serviettes (une ou deux) que s'il s'agissait de serviettes en papier. Plusieurs témoignent avoir été sensibilisés face à ce service.

Le café tente également de réduire sa production de matières résiduelles à travers son approvisionnement alimentaire. Par exemple :

- Les sandwiches fournis par Madame Virgule sont livrés dans des contenants de plastiques réutilisables, fournis par le Café.
- Les viennoiseries de Sophie Sucre arrivent dans des boîtes de carton avec du papier ciré pour les séparer. Les boîtes sont recyclées, mais le papier ciré est jeté.
- Pour ce qui est du café, Lenoir et Lacroix remplissent des sacs réutilisables. Ces derniers sont fermés à l'aide de pinces pour assurer la fraîcheur du grain et réutilisés par la suite.
- L'entreprise cherche constamment à valoriser le peu de matières résiduelles qu'elle produit. C'est le cas avec le marc de café qui a été récupéré successivement par plusieurs organismes. Ces partenariats ont pris fin pour différentes raisons (standards, logistique ou saisonnalité), alors le commerce est à nouveau à la recherche d'un débouché.



Contenants de livraison des salades et sandwiches



Coin lavabo zéro déchet

## 5. Activités d'information, de sensibilisation et d'éducation

La communication sur les pratiques de développement durable du café se fait via les différentes activités du commerce, qui commence par le service à la clientèle, alors que toute l'équipe est formée à assister les clients dans leurs réflexions pour faire les meilleurs choix possibles. De plus, les éléments physiques du café rappellent cette vision puisque la décoration, le mobilier et la vaisselle sont tous récupérés. L'information est également communiquée à travers les différents médiums de communication existants tels que l'enseigne, les menus, les publications Facebook et Instagram ou encore la programmation des activités du café (ateliers, conférences, évènements, etc.)



## 5.1. Outils

Les principaux outils de communication sont les médias sociaux, qui sont utilisés à la fois pour se faire connaître et pour promouvoir les actions en lien avec le zéro déchet et le végétalisme. Le café possède une page Facebook de plus de 6 000 abonnés. Elle est animée sur une base régulière et y présente les changements au menu, les nouveautés du café, la programmation d'ateliers et d'événements, etc.



Affichage



Visuel

## 5.2. Activités

Le café organise ponctuellement l'évènement « Ramène ta tasse » qui joint l'utile à l'agréable en invitant les gens à apporter les tasses qu'ils ont en trop à la maison. Ces tasses pourront ensuite être utilisées gratuitement par les clients ayant oublié la leur, leur évitant ainsi d'avoir à déboursier pour un pot Mason.

Des conférences et ateliers en lien avec le zéro déchet ou autres sujets liés à l'environnement sont également organisés dans la grande salle au sous-sol du café. Cet espace est dédié aux événements et il est disponible pour quiconque souhaiterait réaliser un atelier. Il peut accueillir jusqu'à 60 personnes. Une programmation est élaborée pour structurer le tout.



Sous-sol

Une petite section de produits en vente est disponible au café. Elle comprend des livres sur le zéro déchet et sur l'alimentation saine, des pots réutilisables, une variété de produits locaux, etc. Rendre disponibles ces produits est une autre manière de sensibiliser à la démarche zéro déchet. Des produits d'épicerie complémentaires sont vendus dans la section dédiée et gérée par l'entreprise LOCO.



Espaces de vente



---

## Leçons à tirer

La déconstruction des habitudes de consommation des clients représente un défi de taille. Il faut éviter de penser que les clients sont au fait des pratiques en place et qu'ils sont familiers ou attirés par le zéro déchet, le végétalisme et les produits biologiques. Il est donc nécessaire d'adopter des méthodes pédagogiques variées pour présenter clairement le concept du café et le rendre accessible. L'idée est de proposer une expérience qui n'est pas trop loin de ce à quoi les gens sont habitués, pour ainsi diminuer la perception négative des contraintes. Les nouveaux employés sont donc formés à la fois comme barista, mais aussi comme agents de sensibilisation.

---

## 5.3.

### Comportements des acteurs

#### Fournisseurs

Le Café a un souci de choisir des fournisseurs ayant déjà une ouverture au mode de vie zéro déchet, végétalien et biologique. Ces derniers vont souvent se concentrer sur un seul des trois critères et c'est généralement l'aspect zéro déchet qui est défavorisé. L'équipe du café doit faire preuve de persuasion pour les amener à modifier leurs façons de faire. De manière générale, les fournisseurs sont ouverts à changer leur mode de fonctionnement. Une fois les changements effectués, les fournisseurs remarquent souvent une diminution de coûts, notamment sur les emballages. Des regroupements entre commerces (ex. : épicerie LOCO, autres cafés) sont aussi envisagés afin d'obtenir les produits nécessaires, tout en restant fidèles au zéro déchet (ex. : achat en plus gros volume).

---

---

## Clients

Il y a une bonne réception de la part des clients. Ils sont déjà nombreux à être bien renseignés et sensibles à la philosophie du café, que ce soit le zéro déchet, l'alimentation végétalienne ou biologique ou le commerce local et équitable. Ce niveau de sensibilisation découle possiblement de la colocation du café avec l'épicerie LOCO.

De manière générale, les clients sont heureux de repartir avec un pot Mason pour leur café à emporter. Ils peuvent ainsi le réutiliser pour les conserves ou d'autres cafés pour emporter. Les fondateurs remarquent d'ailleurs que les clients prennent l'habitude d'apporter leur tasse après un certain nombre de pots achetés. Il arrive tout de même que des clients se désistent à cause des contraintes (ex. : 1 \$ pour la tasse, offre limitée à du lait d'amande et du lait de soya). Les fondateurs développent constamment de nouvelles approches (affichage, communication orale, aménagement des lieux, etc.) pour tenter d'amoindrir les freins de certains clients.

---

## Commerces voisins

Les commerçants voisins ont bien accueilli le café. Une belle solidarité est observable dans le quartier. L'attitude très positive des fondateurs pourrait y avoir contribué.

---

## Partenaires

Les partenaires de la communauté du zéro déchet sont des moteurs de communication importants. Ses adeptes, de plus en plus nombreux, participent aux événements qui en font la promotion, dont ceux du café Le 5e, et font de la publicité les uns pour les autres afin de susciter une adhésion encore plus grande à ce mode de vie.

Les fondateurs entretiennent également une bonne relation avec leur réseau (ex. : clients, concurrents, Société de développement commercial, fournisseurs, partenaires, investisseurs, mairie) afin de s'intégrer harmonieusement dans leur environnement..

---

# 6. Retombées

## 6.1. Économiques

---

Puisque le café est relativement nouveau et commence à se faire connaître, le volume de vente est encore peu élevé. Il est donc difficile de faire des comparaisons de coûts. Toutefois, le fait de ne pas avoir d'emballage sur la plupart des produits réduit certaines dépenses. Par exemple, il n'y a aucun achat de tasses compostables ou jetables, comme le font la plupart des commerces similaires. De plus, les pots Mason utilisés pour le café à emporter sont vendus au prix coûtant, ce qui représente un coût nul. Autrement, l'entreprise démontre relativement bien qu'il existe un marché croissant de consommateurs à la recherche de produits et de services qui s'inscrivent dans une optique de développement durable.

## 6.2. Environnementales

### Génération des matières résiduelles

L'évaluation quantitative de l'impact des différentes mesures de réduction du jetable, notamment sur les émissions de gaz à effet de serre, n'a pas été réalisée à ce jour. Il est prévu de mesurer la production de matières résiduelles et d'évaluer les retombées environnementales des initiatives mises en place. Les quantités présentées ci-dessous démontrent bien la faible génération de matières résiduelles du café.

|                             | Quantité annuelle                                                |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Matières organiques</b>  | environ 300 kg/année (150 kg de compost, 150 kg de marc de café) |
| <b>Matières recyclables</b> | environ 50 kg/année                                              |
| <b>Déchets</b>              | 6 kg/année                                                       |

Les quantités présentées ci-dessus représentent le fonctionnement normal du café. Lors d'événements spéciaux, l'achalandage est plus important et ces quantités peuvent varier beaucoup. Par exemple, lors de l'événement Panache et Bois rond, qui s'est déroulé en mars à Verdun, le volume de matières recyclables s'est élevé à environ 3 kg par jour.

## 6.3. Sociales

Deux nouveaux emplois ont été créés au café. Par ailleurs, un changement de comportement est percevable auprès de la clientèle, laquelle développe progressivement le réflexe d'apporter sa propre tasse. Le café incorpore des initiatives sociales qui inspirent la clientèle comme le frigo collaboratif BonApp, les Cafés en Attentes, le mouvement Zéro Déchet ou encore le récent mouvement #ByeByePailles.

# 7. Facteurs de succès

## 7.1. Esprit de communauté

La réussite du commerce repose sur les partenariats qui ont été développés pour opérer le café. Le partenariat avec l'épicerie LOCO par exemple, a permis d'obtenir un local de choix et de bénéficier du passage d'une clientèle déjà établie et favorable au zéro déchet. Les liens entre les différents acteurs de la communauté zéro déchet a même permis de contribuer à l'économie circulaire comme c'est le cas pour le marc de café, qui a été récupéré par une entreprise de production de champignons.

Du côté des commerçants voisins, les fondateurs ont senti très peu d'esprit de compétition et remarquent plutôt une solidarité importante. Certains commerces ont notamment apporté leur aide en comptabilité ou partagé des informations sur la clientèle.

L'accueil favorable de la communauté du quartier a aussi été un élément important dans le succès du café. Les habitants de Verdun ont été d'une grande aide en offrant de nombreux conseils concernant le type de nourriture servie, les prix demandés et l'approche à utiliser pour présenter le zéro déchet et le végétalisme auprès de la clientèle. Finalement, les fondateurs constatent un réel engouement autour de la question du zéro déchet qui représente une motivation de taille pour continuer dans cette voie.

## 7.2. Faire des compromis

La réussite du café dépend aussi d'une bonne capacité d'adaptation à la clientèle et aux défis opérationnels. Il importe également d'être capable de faire des compromis sur la mission du café et de progresser étape par étape pour assurer sa viabilité.

## 7.3. Communication

Une bonne communication est la clé pour un projet comme celui du café Le 5e et les fondateurs sont très actifs sur ce plan. L'éducation et la conscientisation de la population au mode de vie zéro déchet et végétalien sont un travail de longue haleine. Tout doit être réfléchi dans cette optique : l'aménagement du café, l'affichage, les messages clés à transmettre par les employés du café, la diffusion sur les réseaux sociaux, etc. Le public doit rapidement comprendre la philosophie dès qu'ils mettent les pieds au café, avant même de passer leur commande, évitant ainsi les surprises.

# 8. Optimisation et futurs développements

Un rapport d'activité sera réalisé afin de mesurer l'impact de la réduction de déchets du café et afin de se comparer à d'autres cafés similaires et/ou plus conventionnels. La recherche de nouvelles solutions zéro déchet est une démarche en continu, qui se poursuivra tant et aussi longtemps que le café existera. Il en va de même en ce qui a trait à l'alimentation végétalienne.

Parmi ce qu'il reste à réduire, les fondateurs comptent apporter des changements au niveau des contenants de lait et de viennoiseries qui vont actuellement au recyclage. Il y a également des réductions possibles au niveau de la salle de bains et des déchets en provenance de l'extérieur.

Il est prévu d'offrir un rabais aux clients qui apportent leur propre tasse au café. Le système de caisse sera optimisé afin de permettre l'ajout de rabais lors de la transaction.

Les processus opérationnels du café sont en constante évolution dans l'atteinte du zéro déchet, surtout dans l'approvisionnement et auprès des fournisseurs.

# Références

---

[Site Internet du Café Le 5e](#)  
[Page Facebook du Café Le 5e](#)  
[Ulule – Café Le 5e](#)

---