Les Eco-gestes du Boulanger

Métropole Aix Marseille Provence

Auteur :

Le Pharo
58, Boulevard Charles-livon
13007 Marseille
Voir le site internet
Vincent Ochier
vincent.ochier@ampmetropole.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Marseille Provence Métropole a défini un plan d'action 2010-2015 pour réduire ses déchets et améliorer ses performances de tri. Un programme de prévention des déchets a été signé avec l'ADEME en novembre 2011.

Ce programme prévoit 15 actions de prévention à déployer d'ici 2016 dont la sensibilisation des acteurs économiques du territoire à la prévention des déchets. Les déchets des professionnels assimilés aux ordures ménagères représentent un gisement estimatif de plus de 90 000 tonnes par an sur le territoire de MPM.
Dans ce cadre Marseille Provence Métropole (MPM), la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Bouches-du-Rhône (CMA13) et les 2 organisations professionnelles de la Boulangerie ont décidé de conclure un partenariat afin d'accompagner 20 entreprises du secteur de la boulangerie situées sur le territoire de MPM, dans une démarche double de réduction de leurs déchets et de sensibilisation des clients.

Le secteur de la boulangerie est un secteur d'activité privilégié pour ce type d'action car il permet à la fois de travailler sur la réduction des déchets produits par les professionnels (invendus, sacs farine, cartons, papier,....) mais également de sensibiliser au quotidien les clients à la réduction des déchets.

Les boulangeries ont bénéficié d'un diagnostic déchets et environnement afin de recenser les pratiques effectuées dans ces domaines. Elles ont également identifié à minima sept éco-gestes, parmi une liste de quatorze, qu'elles réalisent déjà ou qu'elles s'engagent à réaliser au sein de leur entreprise pour réduire leurs déchets et sensibiliser les clients (maximum 11 éco-gestes sur 14).

Les éco-gestes les plus courants dans l'engagement des boulangeries sont :

1) Mettre en promotion ou donner les invendus
2) Utiliser des boites à gâteaux peu encrées et adaptées à la taille des gâteaux
3) Limiter l'emballage individuel des pâtisseries
4) Utiliser des plateaux lavables comme supports de présentation
5) Utiliser un étiquetage réutilisable (effaçable)

6) Utiliser des lampes fluo compacts (basse consommation) et les déposer dans un lieu de collecte adapté, lorsqu'elles sont en fin de vie

7) Eviter la distribution de prospectus publicitaires dans les boîtes aux lettres, et favoriser la communication dématérialisée (internet, bouche à oreille, etc …)

Et toutes les boulangeries s'engagent à sensibiliser les clients aux gestes de réduction et de tri de leurs déchets lors de la distribution des sacs à pains réutilisables.

Pour les accompagner dans cette démarche elles ont reçu un kit de communication « réduire mes déchets j'agis » contenant 500 sacs à pain en tissu réutilisables avec un document d'explication à distribuer à leurs clients en les sensibilisant à la réduction des déchets d'emballage, une charte d'engagement sur les éco-gestes choisis à afficher dans leur boulangerie ainsi que des autocollants stop pub pour leurs clients.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif de cette action est triple :

- Engager les boulangers volontaires dans un processus de réduction de leurs déchets sur la durée en les incitant à valoriser cette démarche auprès de leur client pour en faire un atout commercial
- Créer un effet d'entrainement auprès des autres boulangers du territoire voire d'autres artisans (lien avec l'annuaire de la réparation)
- Montrer aux habitants que tous les acteurs s'impliquent dans la démarche de réduction et tri des déchets

Résultats quantitatifs

20 boulangers engagés dans la démarche et 10 000 clients sensibilisés à partir du kit de communication « réduire mes déchets j'agis ».

Résultats qualitatifs

Globalement l'opération a très bien été ressentie par la clientèle qui comprend l'importance de cette démarche. Il est intéressant de voir qu'un grand nombre de boulangers pratiquaient depuis longtemps des gestes écosensibles tels que la réutilisation des plateaux de présentation, des étiquettes, la promotion des invendus ou la limitation des emballages individuels…..

Notons que 65 % des commerces interrogés vont continuer la sensibilisation de leurs clients malgré l'arrêt de l'opération car ils estiment qu'un « martelage des cerveaux » est nécessaire et maintenir les éco gestes pour lesquels ils se sont engagés.

Plusieurs boulangers ont été confortés dans leur démarche grâce à cette opération et ont également identifié les attentes "environnementales" de leur clientèle.

MISE EN OEUVRE

Planning

Août 2013 : préparation de l'opération entre MPM, la CMA13 et les 2 organisations professionnelles de la Boulangerie

Septembre 2013 : identification des 20 boulangers volontaires par les organisations professionnelles

Octobre 2013 : impression des supports de communication

Novembre 2013 : réalisation des diagnostics déchets chez les artisans par la CMA 13

Décembre 2013 : distribution des supports de sensibilisation (sacs baguettes en tissu) par les artisans et sensibilisation des clients

Février 2014 : Evaluation de l'opération avec les artisans par MPM.

Moyens humains

MPM : 2 personnes pour piloter l'opération et réaliser le bilan

CMA 13 : 2 personnes pour piloter l'opération et réaliser le diagnostic auprès des boulangers volontaires

Les 2 Directions de la communication pour la réalisation des supports spécifiques ainsi que les Présidents des organisations professionnelles pour la mobilisation des artisans.

Moyens financiers

Des moyens financiers ont été alloués par la CMA13 et MPM sur cette opération pour un total de 25 000 euros dont 5 900 euros en moyens humains pour la réalisation des diagnostics.

Moyens techniques

RAS

Partenaires mobilisés

Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole

Chambre de Métiers et de l’Artisanat des Bouches-du-Rhône

Groupement Départemental des Maîtres Artisans Boulangers et Boulangers-Pâtissiers des Bouches-du-Rhône

Nouveau Syndicat des Artisans Boulangers Pâtissiers des Bouches-du-Rhône

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Cette action est réplicable auprès des autres boulangers qui voudraient s’engager dans la démarche mais également auprès d’autres professionnels qui souhaiteraient valoriser leur démarche environnementale comme « atout commercial ». Le bilan de cette opération fournira des atouts aux autres porteurs de projets pour convaincre les chambres consulaires et organisations professionnelles sur l’intérêt commercial de la

démarche.

Difficultés rencontrées

L’originalité de l’action tient dans l’engagement de l’ensemble des acteurs (organisations professionnelles, CMA, MPM) dans une démarche qui a pour objectif de se pérenniser. Les boulangers vont pouvoir valoriser leur démarche environnementale et promouvoir auprès de leurs clients les plus fidèles la démarche de réduction des déchets.

Par ailleurs ce projet fédère plusieurs actions de prévention de la collectivité (Stop pub, gaspillage alimentaire, réduction des emballages, compostage) afin de créer de l’homogénéité dans la démarche de réduction des déchets auprès des clients.

En parallèle à cette action un annuaire des artisans de la réparation est mis en ligne en partenariat avec la CMA13 sur le site www.trionsnosdechets-mpm.fr et une campagne radio sur le besoin de continuer à trier pendant les fêtes a été réalisée du 15 au 30 décembre.

Recommandations éventuelles

Associer les organisations professionnelles qui ont une excellente connaissance des artisans.

Mots clés

ENTREPRISE | EMBALLAGE

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Bernard VIGNE
bernard.vigne@ademe.fr
Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur