Promotion des achats éco-responsables en grandes surfaces

Communauté Intercommunale Reunion Est

Auteur :

28 Rue des Tamarins Zi N°3 Pôle Bois Bp 124
97470 Saint-Benoît
Voir le site internet
Emilie Nataf
e.nataf@cirest.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Les grandes et les moyennes surfaces (GMS) sont les lieux de la consommation par excellence. Il s'agit également d'un endroit stratégique où l'on peut toucher beaucoup de monde sur une journée, sans avoir à se déplacer.

La CIREST installe un stand à l'entrée des magasins partenaires pour sensibiliser les consommateurs sur les gestes d'achat qui contribuent à réduire les déchets.

Les animations programmées sont les suivantes :

Distribution d'un guide « Achetons malin, jetons moins »

Quizz sur la prévention des déchets avec des lots à gagner : boîtes à goûter, sacs à pain…

Exposition de chariots comparatifs « maxi-déchets » et « mini-déchets »

Les ambassadeurs corrigent le quizz avec l'usager afin de leur expliquer les bons gestes qui permettent de réduire les déchets avant de leur remettre le lot.

En 2015, la CIREST a fait évoluer l'animation pour la rendre plus attractive et plus ludique : les ambassadeurs sont désormais équipés d'une tablette tactile pour faire participer les clients au quizz de manière interactive. Le support a eu son succès auprès des agents comme auprès des usagers.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Encourager les consommateurs à :

* Acheter des produits moins emballés : grands volumes, produits à la coupe et en vrac, produits de saison… Et confectionner les aliments « maison »
* Préférer les produits durables : produits réutilisables, lavables, éco-labellisés…
* Éviter le gaspillage alimentaire : liste de courses, information sur la DLC et la DLUO, conservation des aliments, accommoder les restes.

Il nous apparaît essentiel d'insister sur le levier économique autour de l'exposition des chariots comparatifs.

Résultats quantitatifs

Chaque année, la CIREST réalise 12 journées d'animation réparties sur 3 périodes de l'année. Nous privilégions les périodes et les jours de forte affluence pour toucher un maximum de personnes.

En 2015, la CIREST a distribué 2000 guides "Achats malins" et a sensibilisé 600 personnes au moyen du quizz interactif.

Les indicateurs d'impact pour cette action sont renseignés une année sur 2 grâce au sondage téléphonique réalisé

sur un échantillon de 500 personnes représentatif de la population des 6 communes du territoire Est.

Résultats qualitatifs

Les grandes surfaces accueillent assez bien les animations ; certaines relaient même l'évènement sur leurs propres supports de communication.

MISE EN OEUVRE

Planning

Année 1 : sollicitation des partenaires et relevés de prix pour les chariots comparatifs

Année 2 et suivantes : 12 journées d'animation dans les magasins partenaires

Moyens humains

0,15 ETP/an comprenant :

* Chargée de mission prévention pour la sollicitation des partenaires, les relevés de prix et 'organisation des animations

* Chargé de communication pour les supports de communication : guide, jeu sur Internet, quizz...

* Ambassadeurs de l'Environnement : 2/jours pendant les 12 journées par an

Moyens financiers

26 000 € sur 5 ans comprenant :

* les supports de communication : 10 000 guides, 3 panneaux en aludibon + supports métalliques, 2 chariots en PVC alvéolé avec le visuel de la mascotte de la CIREST, table haute + 2 tabourets, 2 tablettes tactiles + applications pour le jeu

* les lots pour les participants : sacs à pain, gourdes, boîtes à goûter...

Moyens techniques

L'ensemble du matériel indiqué ci-dessus est installé à un emplacement réservé pour la CIREST dans la galerie marchande ou devant l'entrée du magasin.

Partenaires mobilisés

Pour cette action, la CIREST bénéficie d'un partenariat avec les enseignes suivantes : E.Leclerc, Jumbo, Super U et Leader Price. L'engagement le plus abouti émane de E.Leclerc, qui diffuse sur les écrans installés au-dessus des caisses un spot de sensibilisation conçu par la CIREST pendant les périodes d'animation.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Cette action n'est pas adaptée à tous les magasins. Pour être visible des clients, il faut suffisamment d'espace à l'entrée du magasin.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | CONSOMMATEURS | CONSOMMATION DURABLE | EMBALLAGE | DECHET DANGEREUX

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

admin AW

alexandre.bonne@smile.fr

Direction régionale toutes les régions