Accompagnement des commerces de proximité à la suppression des sacs plastique d'emballage autres que les sacs de caisse

expérience exemplaire

Smictom d'Alsace Centrale

Auteur :

2, Rue des Vosges
Parc d'Activité Giesen
67750 Scherwiller
Voir le site internet
Pascal Strievi
pstrievi@smictom-alsacecentrale.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Le 31 mars 2016, le décret relatif aux modalités de mise en œuvre de la limitation des sacs en matières plastiques à usage unique a été publié au journal officiel. A compter du 1er janvier 2017, il est mis fin à la mise à disposition de sacs en matières plastiques à usage unique destinés à l'emballage des produits alimentaires.

Le SMICTOM souhaite prolonger la démarche de suppression des sacs de caisse et profiter de cette seconde échéance réglementaire pour organiser une campagne de relance du compostage domestique et de proximité. Pourquoi rattacher cette campagne à la suppression des sacs plastiques ? Les biodéchets sont composés en grande partie d'épluchures de fruits et de légumes. Les acheteurs de produits frais sont donc naturellement les premiers concernés par les gestes de tri préalables au compostage. Le modèle de sac choisi l'a été pour la solidité (réemployable) et l'absence de traitement (compostable facilement).

Le support principal est le sac papier kraft pour les emballages de fruits et légumes plébiscité par les commerces de proximité d'Alsace Centrale. La finalité est d'aider les commerçants à préparer leurs clients à un changement de comportement lors de leurs courses et à valoriser leurs choix d'utiliser des sacs papier.

Pour ce faire, le SMICTOM propose un kit de communication à chaque établissement : 1 « guirlande publicitaire » et 1000 sacs papier personnalisés. Ce kit est fourni en signant une charte de bonne pratique les engageant à ne plus fournir de sacs d'emballages de marchandise en plastique. 47 commerces de proximité sédentaires de vente de fruits et légumes de moins de 300 m2 sont ciblés : supérettes, commerces de vente de fruits et légumes, magasins de vente directe de producteurs.

Durant la SERD 2016 et début janvier 2017, des animations « A chacun son compostage » de format court (2h30) sont menées dans 10 commerces volontaires.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Réduire la production de déchets plastiques
- Sensibiliser et accompagner les commerces de proximité
- Promouvoir le compostage domestique et de proximité

Résultats quantitatifs

- Quantité de sacs papier personnalisés « compostage » diffusée : 41 000
- Nombre de commerçants engagés : 36 (77% des commerces ciblés)

- Quantité annuelle de plastique évitée (base de 100 sacs de 5g par commerce et jour d'ouverture) : 5.2 tonnes

Résultats qualitatifs

- Participation au changement de comportement dans les actes d'achat
- Accueil très favorable des citoyens et des commerçants sur le fond et la forme
- Amélioration de la connaissance du fonctionnement des commerces de proximité
- Recensement de nombreuses bonnes pratiques d'économie circulaire dans les commerces (à mettre en avant dans les futures actions et la communication)

MISE EN OEUVRE

Planning

Fabrication de sacs papier personnalisées

- Août à septembre 2016 : recherche de produits auprès de fournisseurs français
- Septembre à octobre 2016 : réalisation d'un message de communication sur le compostage

Fabrication de banderoles personnalisées

- Septembre à octobre 2016 : Recherche de produits auprès de fournisseurs local
- Octobre 2016 : réalisation d'un message de communication sur le compostage

Sensibilisation des associations de commerçants

- Septembre 2016 : envoi d'un courriel d'information : explication synthétique de la loi, présentation de l'accompagnement des commerces

Sensibilisation des commerçants

- Septembre 2016 : identification des commerces cibles du territoire
- Septembre 2016 : envoi d'un courrier d'information : explication synthétique de la loi, proposition d'alternatives, proposition d'accompagnement par signature d'une charte
- Septembre à octobre 2016 : rencontres ou échanges téléphoniques avec les gérants par un animateur du SMICTOM
- Novembre 2016 à janvier 2017 : remise du kit de communication par un animateur du SMICTOM
- Janvier 2017 : enquête pour le bilan de l'action

Sensibilisation des citoyens

- Septembre 2016 à janvier 2017 : information par divers médias : presse, réseaux sociaux, lettre du Club Optimo…
- Novembre 2016 à janvier 2017 : animations "A chacun son compostage" dans les commerces volontaires par les animateurs du SMICTOM
- Novembre 2016 à janvier 2017 : apposition de la banderole dans les commerces et diffusion de sacs papier personnalisés par les commerçants

Moyens humains

- Organisation, animation et suivi du projet : SMICTOM

Moyens financiers

- Temps consacré en interne : 0.1ETP

- Fabrication de sacs personnalisés : 930 € TTC
- Communication et sensibilisation : 1600 € TTC
- Subvention : 70% du coût HT total par l'ADEME

Moyens techniques

- Matériel d'animations et d'outils de communication
- Lieux de réception du public (commerces)

Partenaires mobilisés

- CCI Alsace : fourniture de données et expertise
- Institutionnels et professionnels : sensibilisation, diffusion et la promotion de la démarche
- Presse et radio locales : promotion de la démarche par des articles et des reportages
- Amis du Compostage et du Jardin de Centre Alsace : sensibilisation au compostage et promotion de la démarche

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Cette action est facilement reproductible sur d'autres territoires.

Difficultés rencontrées

Le sac papier kraft multi usages : support de communication, emballage à l'achat, stockage des biodéchets à composter, matière à composter…

Recommandations éventuelles

La validation de la démarche par la signature d'une charte avant la mise en place sur le terrain est primordiale car cela permet d'assurer une meilleure implication, un engagement plus pérenne du commerçant, une conformité juridique (point suivant).

Afin de se prémunir d'une plainte pour rupture d'égalité de traitement de la part d'un commerçant :

- La charte et le courrier doivent impérativement mettre en avant des critères objectifs de ciblage tels que : type de commerce, surface de magasin, territoire concerné…
- La proposition d'accompagnement doit être faite à tous les commerces ciblés par les critères objectifs.
- Un nombre identique de sacs doit être fourni à chaque participant

Au-delà de la suppression des sacs en plastique, cette action s'inscrit sur du long terme car elle permet d'ouvrir des portes pour de nombreuses actions et animations sur de multiples thématiques de prévention des déchets et d'économie circulaire. La clé de la réussite réside probablement dans le temps consacré à chaque interlocuteur pour échanger sur son fonctionnement et sa gestion des déchets. L'adhésion au réseau d'acteurs du territoire Club Optimo de plus de 50% des participants à l'opération permet de maintenir un contact trimestriel. (http://www.optigede.ademe.fr/sites/default/files/fichiers/Opex89_Reseau_acteurs_Club_Optimo_Smicto_%20Alsace_

Mots clés

IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT | CONTENEUR | CONSOMMATEURS | ARTISANAT | CONSOMMATION DURABLE | PLASTIQUE | EMBALLAGE

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Pierre BOËDEC

pierre-robert.boedec@ademe.fr

Direction régionale Grand Est