La grande distribution, un acteur clef de l'éco-conception à l'éco-consommation

Cadre de restitution : Plan Territorial de Prévention

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Conseil Régional d'Ile de France
33 rue Barbet de Jouy
www.iledefrance.fr

OPTIGEDE
Administrateur
ADEME
administrateur.optigede@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé COMMERCE, PREVENTION DES DECHETS, EDUCATION ENVIRONNEMENTALE,, ETUDE DE FAISABILITE,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

A la suite de l'accord cadre signé fin 2009 entre l'ADEME Île-de-France et la Région Île-de-France pour le développement de la prévention des déchets sur le territoire francilien, le Plan Régional de Réduction des Déchets en Île-de-France (PREDIF) a été approuvé par le Conseil régional le 24 juin 2011. Le PREDIF est constitué de 23 actions, dont l'action 15 "La grande distribution, un acteur clef de l'éco-conception à l'éco-consommation".

La grande distribution a donc une **place prépondérante au sein du commerce de détail**. Les autres modes de ventes sont présents, mais de façon moins importante (environ 30%).

En Ile-de-France, il y a une prédominance des supermarchés, des maxi-discount, des magasins populaires et des supérettes. Ce secteur de la distribution est donc un **acteur prioritaire** pour aborder la question de l'acte d'achat avec le consommateur.

Par ailleurs, l'enquête CREDOC «Condition de vie et aspiration des Français, 2010» montre que la notion de consommation durable pour les consommateurs renvoie principalement vers la lutte contre le gaspillage alimentaire (46 %) et la consommation de produits respectueux de l'environnement (44%).

D'après la même enquête, les français tendent à s'engager de plus en plus dans une réflexion d'achat de produit générant le moins de déchets possibles. En 2010, 52% des français étaient attentifs à la quantité de déchets que va générer un produit, alors qu'en 2003, ils ne représentaient que 41 %.

Concernant l'Ile-de-France, l'étude montre que la majorité de la population (53%) fait attention à la production de déchets dès l'acte d'achat. Cette tendance est confirmée par le phénomène de dé-consommation observé de certains produits, comme les yaourts ou l'eau en bouteille.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

L'ambition est d'**encourager et d'accompagner les initiatives locales, dans le cadre d'une stratégie régionale**. L'enjeu est de définir avec l'ensemble des parties prenantes (fédérations, enseignes, associations et collectivités ayant mis en place des actions significatives avec la grande distribution) une stratégie régionale d'intervention pour :

- Faciliter la mise en œuvre de projets « prévention » au niveau local
- Accompagner les porteurs de projets « magasins/associations/collectivités » (création d'outils, de formations, de journées d'échanges)
- Accompagner la mise en œuvre de bonnes pratiques et les faire connaître (exemplarité, offre de produits éco-conçus)

Il s'agit donc de **pérenniser les différentes démarches menées le plus souvent en collaboration entre magasins, collectivités et milieu associatif**. La Région appuie les sites pilotes et met à disposition des outils.

Les objectifs des sites pilotes sont de :

- Sensibiliser les consommateurs et augmenter l'offre de produits « moins générateurs de déchets » et l'offre d'alternatives aux produits dangereux
- Lutter contre le gaspillage alimentaire et promouvoir le compostage
- Promouvoir le réemploi
- Sensibiliser à l'éco-consommation et mise en avant de produits « alternatifs » selon les temps forts commerciaux

Cibles :

- Les fédérations : FCD (commerce et distribution), FMB (bricolage), FNMJ (jardinage), FNAEM (ameublement). Une association technique : PERIFEM.
- Les enseignes « alimentaires » : Monoprix, Carrefour, Leclerc, Casino, Auchan.
- Les enseignes « bricolage et ameublement » : Leroy Merlin, Bricorama, Mr Bricolage, Castorama, IKEA.
- Les enseignes « jardinage » : Truffaut, Jardiland, Gamm Vert.

Objectifs quantitatifs :

Il s'agit de lancer une dynamique via un groupe de travail réunissant des collectivités volontaires et des acteurs de la grande distribution.

Résultats quantitatifs:

- 3 sites pilotes mis en œuvre de juin à octobre 2012.
- 19 magasins ou fédérations rencontrés et présents lors de réunions « régionales »

Les indicateurs liés aux produits (nombre de références de produits « pauvres en déchets », suivi des volumes des ventes sur certaines références) n'ont pas été communiqués par les enseignes participantes.

Résultats qualitatifs :

Une matinée technique régionale s'est tenue le 7 juin 2012 sur le thème « Prévention des déchets et grande distribution ». Elle a réuni près de 80 personnes, et a permis des échanges sur la démarche et la présentation du concept de site pilote.

Un groupe de travail Grande distribution s'est réuni le 22 mai 2013 avec 34 personnes, des animateurs de programme et des chefs de projet au sein des sites pilotes. Elle a permis de présenter les retours d'expériences des 3 sites pilotes et les modalités de l'appel à candidature pour la mise en œuvre de nouveaux sites pilotes.

Les supports (animation des journées techniques, sites pilotes, …) sont disponibles :

- 7 juin 2012

- 22 mai 2013

5 fiches techniques sont disponibles, elles concernent la vente en vrac, le drive, les tables de déballage, jardiner au naturel, coacher des ménages.

MISE EN OEUVRE

Description de l'action :

La stratégie envisagée consiste en une démarche en 5 étapes :

1. La sensibilisation des responsables de magasins en partenariat avec les enseignes

2. La mise en réseau des PLP avec les magasins

3. La mise en œuvre d'actions sur des sites pilotes ; la 1ere année du programme consistera à expérimenter un certain nombre d'actions sur des magasins volontaires afin d'en tirer des enseignements.

4. L'engagement des enseignes dans le cadre d'un label ou d'une charte, avec un suivi de l'évolution des actions pour chacun des magasins engagés.

5. La valorisation par la Région des enseignes engagées dans la démarche.

Planning:

Année 1 (nov 2009 – 31 mai 2011)

Une mission d'assistance, menée d'octobre 2010 à avril 2011, a permis de faire le point sur l'organisation de la grande distribution (fédération, groupe, enseigne, magasin), sa place en Ile-de-France, les actions de prévention déjà réalisées (notamment dans le cadre de la SERD), et de poser les 1ères bases de la stratégie régionale d'intervention vers ce secteur.

Un groupe de travail spécifique s'est réuni, pour discuter des premières pistes de réflexion et de l'élaboration de la stratégie envisagée ; cependant, les acteurs de la grande distribution ont été difficilement mobilisables.

Année 2 (1er juin 2011 – 31 mai 2012)

Etape 1 : rencontre des enseignes et des 12 PLP intéressés.

Etape 2 : groupe de travail du 31 janvier 2011.

Etape 3 : mise en œuvre de 3 sites pilotes en juin 2011.

Etape 4 : matinée technique régionale du 7 juin 2012.

Documents réalisés : **rapport de mission** (avec le bilan des 17 entretiens réalisés avec les enseignes et fédérations), **comptes rendus des 2 réunions de travail des PLP intéressés** (7 décembre 2011 et 156 mars 2012), et **du groupe de travail**, **5 fiches techniques** (la vente en vrac, le drive, les tables de déballage, jardiner au naturel, coacher des ménages), **modèle de convention collectivité / magasin**.

Année 3 (1er juin 2012 –31 mai 2013)

2012

Organisation de la matinée technique régionale du 7 juin 2012, « prévention des déchets et grande distribution ».

Finalisation des 5 fiches techniques.

Accompagnement, suivi et bilan des 3 sites pilotes.

2013

Dans le cadre du marché d'animation et d'accompagnement du PREDIF, lancé en septembre 2012 et notifié en février 2013, il est prévu dans le lot 3 « mobilisation de nouveaux acteurs », de poursuivre la mobilisation des enseignes et fédérations, ainsi que la mise en réseau des collectivités et des magasins.

Ainsi, il est prévu de :

- réunir le groupe de travail Grande Distribution ; une 1ère réunion a eu lieu le 22 mai 2013

- lancer un appel à projets pour la mise en œuvre de 3 à 6 sites pilotes qui seront accompagnés pendant un an ; l'AAP a été lancé en juin 2013, et la date limite de remise des candidatures est le 30 septembre 2013

- d'élaborer un projet de convention cadre qui serait signée entre la Région, les enseignes et les fédérations

- rédiger 3 à 5 nouvelles fiches techniques.

Projets Année 4 (1er *juin 2013 – 31 mai 2014)*

Il s'agira de sélectionner et accompagner les 3 à 6 sites pilotes d'octobre 2013 à septembre 2014. Pour chacun d'entre eux, une fiche méthodologique sera rédigée.

La Région souhaiterait développer et tester avec les sites pilotes les 3 thématiques suivantes :

- mise en œuvre et optimisation des filières REP concernées

- limiter le gaspillage alimentaire

- favoriser le réemploi et la réutilisation.

Des réunions avec les sites pilotes pilotes seront organisées.

2 autres réunions du groupe de travail Grande Distribution seront à programmer.

3 à 5 fiches techniques seront rédigées en compléments des 5 fiches existantes.

L'organisation d'une matinée technique régionale est à prévoir fin 2014 / début 2015, afin de présenter le bilan des sites pilotes, les fiches techniques rédigées et le projet de la convention cadre.

Travail sur les indicateurs de l'action.

Année principale de réalisation:

2011

Moyens humains :

Moyens humains en interne : quelques jours de suivi par les agents de la Région

Moyens humains en externe : bureaux d'études pour assistance

Moyens financiers :

Des moyens externes ont été alloués à une mission d'assistance pour mobiliser la grande distribution en tant qu'acteur du PREDIF (2011-2012), réalisée par un groupement de bureaux d'études (budget de 57 575 €HT).

Moyens techniques :

Les moyens techniques du Service Prévention et Gestion des déchets de la Région Ile-de-France ont été utilisés.

Partenaires moblisés :

Les collectivités engagées dans des PLP, les associations menant des projets de sensibilisation à l'acte d'achat (aide aux collectivités), les partenaires territoriaux (chambres consulaires – CCI, conseils généraux et syndicats intercommunaux, ADEME IDF) dans la cadre des groupes de travail (participation ou animation).

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Animation des collectivités par la mise en place de sites pilotes dans le cadre d'appels à projets, pour lancer des actions avec les magasins et acteurs de la grande distribution.

Difficultés rencontrées :

Temps nécessaire pour mobiliser les différents acteurs (au sein de la structure, du bureau d'études et

des interlocuteurs des magasins ou des fédérations).

Recommandations éventuelles:

Mettre en place des actions « gagnant-gagnant » : prendre en considération la valorisation possible de l'action pour le magasin engagé en termes d'image, de visibilité par exemple.

Commentaires sur la partie Valorisation :

Porteur de projet : Hélène COLOMBINI Tél. (+33)1 53 85 56 42 Helene.COLOMBINI@iledefrance.fr

Type de programme :
Plan Territorial de Prévention

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **mars 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.