COMMERCE ENGAGE (PLP Act. 7 Promotion de la consommation eco-responsable)

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

COVALDEM11
1075, Boulevard François Xavier Fafeur
https://www.covaldem11.fr/

CHARTIER
Christiane
Occitanie
christiane.chartier@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé ARTISANAT, , CONSOMMATEURS, EMBALLAGE,, ORDURES MENAGERES RESIDUELLES,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

Le Covaldem 11 est un syndicat mixte de collecte et de traitement des déchets sur un territoire semi-rural. Un PLP est en cours depuis fin 2010 sur le bassin carcassonnais et concerne 83 405 personnes réparties sur 53 communes dont la préfecture. Plusieurs associations de consommateurs ont été associées à la définition des actions du PLP.

La sensibilisation à une consommation responsable a été identifiée comme un potentiel fort d'évitement de déchets dans une démarche fédératrice, associant acteurs économiques et consommateurs. 230 commerçants ont été démarchés via une première opération événementielle pendant la SERD 2011. A la suite d'une rencontre avec l'association Eco science Provence, créatrice du label Commerce Engagé, le Covaldem11 a souhaité déployer cette démarche sur son territoire. Ce choix a été motivé par le caractère participatif de l'opération, menée en amélioration continue et dans une dynamique de réseau.

Le maillage du territoire par les commerces de proximité pour les biens de consommation courante est important, le réseau de grandes et moyennes surfaces également avec une zone de chalandise qui dépasse largement le territoire de compétence de la collectivité.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

- Favoriser les comportements d’achats éco responsables,
- Impliquer les commerçants dans la démarche de prévention des déchets,
- Favoriser les mesures des commerçants pour éviter le gaspillage (gestion des stocks,

orientations des surplus vers les associations caritatives…),
- Diminuer le nombre de sacs à usage unique distribués (commerces, marchés),
- Promouvoir les produits à faible impact environnemental par leur mode de conditionnement, leur lieu et leur mode de production

A l'issue de la première année, le premier cahier des charges à destination des commerçants du secteur alimentaire et non alimentaire comprend 4 engagements principaux:

- La suppression des sacs plastiques à usage unique,
- Le développement de l'offre en produits locaux,
- Le tri des déchets,
- La sensibilisation des usagers.

Il ne s'agit pas de restreindre ou de mettre une contrainte aux commerces mais de mieux s'adapter aux stratégies commerciales pour :

-respecter les différentes typologies de commerçants,

-que de nombreux commerces s'impliquent ce dispositif de sensibilisation à la prévention des déchets et des impacts environnementaux,

-que le label aie du sens, un engagement crédible vis-à-vis des autres structures (qu'est-ce qui démarque le commerçant des autres ?),

-mieux valoriser les actions existantes de consommation responsable,

-permettre l'essaimage dans ces pratiques commerciales sur le territoire (achats éco responsables, mesures par les commerçants pour éviter le gaspillage (gestion des stocks, orientations des surplus vers les associations caritatives…), diminution du nombre de sacs à usage unique distribués (commerces, marchés), promotion des produits à faible impact environnemental par leur mode de conditionnement, leur lieu et leur mode de production.

Objectifs quantitatifs :

- 10 commerçants en année 3 du PLP (lancement du dispositif Commerce Engagé),
- 25 commerçants en année 4 et 5 du PLP

Résultats quantitatifs:

Année 3 du PLP : La consultation pour l'accompagnement a été lancée et un premier copil a été établi avec les acteurs du territoire (chambres consulaires, associations de commerçants, représentants des consommateurs) en fin d'année 3 (2013-2014)

Année 4 : 16 commerçants obtiennent le label Commerce Engagé. L'enquête auprès de 130 commerçants du bassin carcassonnais a permis la définition du cahier des charges du label en début d'année 4 (2014-2015) :

- 1270 sacs réutilisables en tissus distribués
- Stands sur le marché, ciné-conférence, café philo
- Création de 3 enrouleurs de communication

Année 5 : 29 Commerces Engagés. Le nombre de commerçants a doublé grâce à un travail accru de communication du label et de prospection :

- 260 sacs réutilisables en tissus distribués

- 15 stands animés avec dégustation ou exposition des produits locaux des commerçants engagés
- 6 émissions de radio dédiées à la consommation responsable et diffusées sur 5 radios locales

Jusqu'à juillet 2017 (année suivant l'année 5) : 60 commerçants engagés. Le nombre de commerçants double à nouveau grâce à une mobilisation forte du personnel de l'équipe et de nouveaux moyens de communication :

- 400 sacs réutilisables en tissus distribués
- 23 commerçants labélisés supplémentaires grâce à la prospection
- Labélisation passive de 8 commerçants (publipostage à 1870 commerces, liste de la CCI) :

Résultats qualitatifs :

- 2/3 des commerçants ne distribuent plus du tout de sacs à usage unique avant la fin de la première année,
- 2014 : Emergence d'un projet de marché engagé avec des producteurs et commerçants adhérents.
- Printemps 2015 : Lancement d'une newsletter de saison (3 en année 5 puis 4 par an)
- Janvier 2017 : Lancement d'une page FaceBook « Les actus engages Covaldem11 » (70 publications en septembre 2017)
- Demande spontanée d'un professeur de Sciences Economiques et Sociales pour une visite des élèves de la classe de seconde chez un commerçant labélisé.

Commentaire sur la partie Objectifs et Résultats :

Année 2018 : 68 commerçants engagés dans le label, distribution de 3400 sacs en papier avec pour résultat un taux de 100% atteint sur la suppression des sacs plastiques. Création d'un évènement annuel "La semaine du Commerce Engagé".

MISE EN OEUVRE

Description de l'action :

Nous avons mis en place un label « Commerce Engagé » reconnu avec la réalisation d'une convention d'accompagnement dans le cadre d'une démarche participative.

A l'issue de l'année 4 du PLP, le premier cahier des charges à destination des commerçants du secteur alimentaire et non alimentaire comprend 4 engagements principaux:

- La suppression des sacs plastiques à usage unique,
- Le développement de l'offre en produits locaux,
- Le tri des déchets,
- La sensibilisation des usagers.

A partir de l'année 5, la participation de ces commerçants aux comités de pilotage a permis de réadapter des engagements devenus évidents pour beaucoup au regard des évolutions de la société, maintenant bien ancrées dans les habitudes de consommation et la législation :

- Le remplacement des sacs plastiques jetables.
- Le tri des déchets.

Planning:

Durée de l’action : l’action action a démarré en avril 2014, elle est pérennisée sur le territoire collecte

2014 :

1. Mobilisation, information générale des commerçants sur le thème de la prévention des déchets, recueil de représentations, partage d’expérience pour restitution sur un support diffusable ou pendant un événement convivial

2. Création d’un groupe de travail avec les volontaires (pilotes) pour réaliser un diagnostic sectoriel sur fond d’enquête auprès de la clientèle et d’analyse des données comptables et qualitatives sur les fournitures, leur conditionnement et la mise en rayon.

3. Construction du cahier des charges en démarche participative, réflexion partagée sur la politique de communication du label.

2015 :

4. Validation officielle du cahier des charges et labellisation des commerçants pilotes

5. Pérennisation du dispositif (portage par le Covaldem 11 maintenu mais réflexion sur l’extension du dispositif sur le secteur traitement.)

6. Mise en place d’un comité de pilotage pour un label « Marché engagé » avec la ville de Carcassonne

2016 :

7. Révision de la convention d'accompagnement (anciennement cahier des charges)

8. Marché engagé : Le comité de pilotage est constitué et pérennisé. La démarche engagée du marché est en cours de définition.

2017 :

Campagne de communication (sucettes publicitaires, abribus, cartes postales des commerçants, …).

Année principale de réalisation:

2015

Moyens humains :

En fin d’année 3, la formalisation de la consultation (en lien avec le service des marchés publics) pour l’accompagnement du lancement du dispositif et la mise en place du premier comité de pilotage a nécessité 0,2 ETP de et 0, 05 ETP de l’ambassadeur de prévention (avec chambres consulaires, associations de commerçants, représentants des consommateurs)

En année 4, l’animateur du PLP a consacré 0,3 ETP au développement de l’action avec la chargée de projet à mi-temps (0,5 ETP). Un ambassadeur de prévention y a consacré 0,03 ETP

En année 5, l’animateur du PLP y consacre à nouveau 0,3 ETP et le l’ambassadeur de prévention 0,5 ETP (maintenant que le projet est en place).

La directrice et la chargée de communication sont chargées de relayer les messages du

dispositif Commerce Engagé. cela représente pour chacune chacune d'entre elles 0,1 ETP.

Moyens financiers :

Investissements en année 3

Formation du personnel administratif et des partenaires : 5 000 €

Fonctionnement

Participation annuelle réseau inter-territoire « Commerce engagé » : 2 500 €

Achat de sac en tissus

Année 3 : 3 000 € (sacs à 1,5 € pièce)

Année 4 : 5 000 € (sacs à 3 € pièce)

Communication (supports, campagne, photos professionnelles…)

Année 3 : 8 000 €

Année 5 : 2 000 €

Les économies de collecte et de traitement pour la collectivité sont difficiles à mesurer sur cette action. En revanche, sur des enquêtes réalisées après des consommateurs sur le terrain et en ligne, cette action montre un vif succès.

Moyens techniques :

Ensemble de supports de communication (affiches, flyers, expositions, oriflammes) 5000 Euros.

Adhésion au réseau 2500 Euros

Formation du personnel de la collectivité et partenaires: 5000 Euros

Partenaires moblisés :

Partenaires actifs

Ville de Carcassonne (3 comités de pilotage tous les 2 ans)

Chambre d’agriculture (3 comités d’accompagnement par an)

Chambre des Métiers et de l’Artisanat (3 comités d’accompagnement par an)

Chambre de Commerce et d’Industrie (3 comités d’accompagnement par an)

10 Commerçants labélisés moteur de la démarche (participants aux copils, événementiels, …)

Office du Commerce du Carcassonnais

Association de commerçants (3 comités de pilotage tous les 2 ans)

Association de consommateurs (3 comités de pilotage tous les 2 ans)

Partenaires financeurs

ADEME

Prestataires

L'association Eco science Provence, créatrice du label Commerce Engagé (Diagnostic, communication et réseau d'expérience)

Commentaires sur la partie Mise en oeuvre:

2018 : Planning : Semaine du Commerce Engagé (du 11 au 15 juin) avec création d'une tombola pour laquelle des tickets à gratter ont été distribués aux commerçants labellisés. Le Covaldem 11 ainsi que les commerçants ont mis en jeu 43 lots (composteurs, paniers garnis.....). Moyens financiers : pour le fonctionnement sacs papiers 3000€ , participation annuelle réseau inter-territoire "Commerce Engagé" 1200€; pour la communication 3400€.

VALORISATION

Facteurs de réussite :

La démarche s'appuie sur la participation des commerçants à l'élaboration du cahier des charges. Ainsi, les échanges directs chez les commerçants sont indispensables pour les mobiliser et les associer au projet.

Il faut également prendre en compte les contraintes des commerçants pour les échanges et les étapes de validation nécessaires. Ainsi, nous les avons réunis lors de cafés d'entreprise sur des horaires adaptés, tôt le matin ou en tout début d'après-midi (13h-15h).

Il est primordial d'associer les structures porteuses de labels existants pour envisager des complémentarités et toutes formes de partenariats, car ce label s'adresse à des boutiques et non à des produits en particuliers.

Cette démarche favorise la "consomm'action" et propose une solution positive aux commerçants comme à leur clientèle.

Difficultés rencontrées :

La mobilisation des commerçants aux comités de pilotage du label est difficile. Les meilleurs créneaux pour le bassin carcassonnais semblent être le lundi ou le mardi entre 13h et 15h.

Un calendrier annuel permet d'optimiser cette mobilisation : les dates des comités de pilotage peuvent se coupler au comité d'accompagnement quand ils sont mis en place au bout de 2 ans.

La lecture du cahier des charges ainsi que son respect sont très variables en fonction des commerçants. Il faut convient de visiter régulièrement les nouveaux labélisés en leur montrant le sérieux de la démarche.

Recommandations éventuelles:

La première étape d'information et d'enquête a été primordiale pour l'implication future de structures labélisées et la mobilisation de commerces pilotes.

Le suivi régulier et fréquent des commerçants engagés est en effet important afin de veiller à la

crédibilité du label et à sa mise en valeur.

En cas de constat du non-respect du cahier des charges, ne pas en parler ouvertement mais proposer un rendez-vous pour une information de 30 minutes sur une mise à jour du label. Cette information est à dispenser non seulement au gérant mais aussi aux éventuelles équipes de vendeurs. Ils ont tous leur rôle à jouer pour sensibiliser les consommateurs.

La proposition au comité d'accompagnement (élus, consulaires, 5 commerçants) d'un courrier du président notifiant un premier rappel viendra après cette information.

Type de programme :
Programme Local de Prévention

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **octobre 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.