

## Argumentaire économique<sup>1</sup>

---

L'objectif est de faire prendre conscience aux artisans et commerçants que les déchets ont un coût et que la mise en œuvre d'actions pour les réduire en amont peut être une source d'économies. Attention cependant lors de l'utilisation de cet argument car, pour cette cible, la collecte des déchets est souvent réalisée par le service public.

Vous pouvez cependant mettre en avant :

- **La maîtrise du coût d'enlèvement et de traitement des déchets**

Ce coût est effectivement susceptible d'être impacté par la diminution des quantités de déchets produits pour :

- les entreprises faisant appel à un prestataire privé pour la collecte de leurs déchets dont le coût de prestation est basé sur les quantités produites, les entreprises dont les déchets sont collectés par des collectivités ayant mis en place la redevance spéciale ou incitative (qui sont établies en fonction du service rendu et notamment de la quantité de déchets collectés et traités).

Ce n'est pas le cas de toutes les entreprises, mais dans la mesure où la redevance spéciale est obligatoire depuis 1993, une généralisation progressive de cette taxe est à prévoir. De même, la loi Grenelle I a rendu obligatoire l'instauration d'une part variable incitative dans le financement du service public d'élimination des déchets (SPED) dans un délai de 5 ans. Il peut donc être pertinent pour les artisans et commerçants de l'anticiper.

- **Les économies à réaliser en achetant mieux**

Remplacement des produits jetables par des produits réutilisables (ex. gobelets plastiques, essuie-mains), achat de produits en grands conditionnements... A noter, le plus souvent, les artisans et commerçants n'ont pas conscience de ces coûts indirects induits par les déchets.

- **L'amélioration de l'image du commerce**

Les consommateurs sont de plus en plus concernés par la thématique de la prévention des déchets. En s'engageant dans une telle démarche, l'entreprise se différencie sur le marché et séduit ainsi une nouvelle clientèle. Sans oublier que, dans la mesure où les commerçants seront amenés à témoigner et à communiquer sur leur engagement, ils seront fortement médiatisés.

---

<sup>1</sup> Pour des informations complémentaires voir : ["La réduction des déchets en entreprise, ça marche, ça rapporte, ça profite à tous", ADEME.](#)

## **Argumentaire environnemental**

---

La loi Grenelle I du 3 août 2009 impose un objectif de réduction des ordures ménagères et assimilées de 7 % d'ici les 5 prochaines années. Or, 22 % de ces déchets sont des déchets d'activités économiques (commerces, artisans, services). Il s'agit des déchets dits « assimilés »<sup>2</sup>.

Les enjeux du Grenelle concernent donc directement les professionnels mobilisés lors des opérations témoins. Les expériences d'opérations de ce type montrent qu'ils sont d'ailleurs souvent sensibles à ces arguments.

Au-delà de cette contribution directe à l'atteinte des objectifs visés par le Grenelle, les professionnels qui s'engagent en faveur de la prévention des déchets permettent un évitement :

- des impacts écologiques en amont (production, transport, transformation et utilisation des matières ou produits qui génèrent le déchet),
- des impacts écologiques en aval (gestion du déchet).

## **Argumentaire social**

---

Il existe un intérêt certain pour les commerçants et artisans à s'impliquer dans une opération locale, d'une part (et à construire / consolider un projet d'entreprise autour de la thématique de la prévention des déchets, d'autre part.

Les bénéfices sont multiples pour le commerce :

- une inscription du commerce dans son territoire,
- un lien social favorisé grâce à des partenariats avec les associations caritatives,
- un personnel fédéré autour d'un projet motivant,
- des risques diminués (liés à l'usage de substances dangereuses),
- cohérence avec les gestes / comportements demandés aux ménages (éco-citoyenneté).

---

<sup>2</sup> [MODECOM](#), ADEME 2007-2008