

## CONCERTATION SUR LES DECHETS

### 3ème rencontre du groupe de travail : réduction des déchets à la source du 12/04 /07

Personnes présentes : voir liste jointe en annexe

#### Objets de la réunion :

- Présentation des résultats de l'enquête faite auprès des commerçants signataires de la charte. (Document joint à ce compte rendu)
- Décider d'un programme d'actions concrètes à court et moyen terme

#### • L'opération « suppression des sacs plastiques de caisse »

En juin prochain, cela fera un an que les commerçants signataires de la charte se sont engagés à ne plus distribuer de sacs plastiques de caisse.

Une enquête vient d'être menée auprès de l'ensemble des signataires de la charte au nombre de 103.

Extrait des résultats de l'enquête :

Parmi la totalité des réponses, **89%** des commerçants interrogés ont tenu leur engagement quant à la non-distribution de sac plastique de caisse.

**28.5%** des commerçants estiment qu'un nouvel accompagnement de l'agglomération est nécessaire pour la suite à donner à l'opération.

Aux vues des résultats joints en annexe, cette opération s'avère positive et de l'avis général, au-delà des chiffres, les sacs plastiques se font moins visibles d'une manière générale.

Auchan Aubagne, à l'appui des résultats de l'enquête présentée, et qui fait partie du groupe de travail, nous a annoncé le chiffre de **20 millions** de sacs plastiques de caisse qui n'ont **pas** été distribués aux clients du seul supermarché d'Auchan. Dans un même temps, ce sont 120 000 sacs cabas qui ont été vendus par l'enseigne.

A noter les difficultés pour obtenir des informations chiffrées auprès des enseignes signataires de la charte.

Pour continuer d'évaluer quantitativement cette opération, le groupe a demandé au représentant d'Auchan les chiffres concernant la vente des sacs poubelles, dans le but de savoir si la disparition des sacs plastiques peut avoir une influence significative sur la vente de sacs poubelle classiques.

Cependant, de l'avis général des membres du groupe, la date anniversaire du début de l'opération (le 1<sup>er</sup> juin) semble une bonne occasion de faire une « piqure de rappel »

Des propositions sont formulées telles que:

- une campagne de communication accompagnée d'une nouvelle distribution de cabas. .  
A la vue des résultats de l'enquête, il apparaît que **(16.6%)** de commerçants proposent que l'agglomération renouvelle une campagne de communication.
- relancer également à cette occasion les commerçants non signataires de la charte par courrier, pour leur proposer un nouvel engagement, de façon à remotiver les enseignes mais aussi pour saisir l'occasion d'inciter d'autres à s'engager.
- réfléchir à la mise en place d'un groupement d'achat de sacs intermédiaire tel que demandé par 11.6% des commerçants interrogés. Cette structure support doit être recherchée auprès de structures associatives dans le but de réaliser des achats groupés, suivant des tarifs plus attractifs pour les petits commerçants. La communauté d'agglomération, du fait de son caractère public, n'a pas vocation à jouer ce rôle.

• **L'opération « éco-attitude »** de la communauté de communes de Kaisersberg:

La visioconférence présentée le 23 février lors de la journée organisée sur les déchets, en présence de l' élu en charge de l'opération et d'une famille participante, les personnes du groupe s'expriment sur leur ressenti. Certaines personnes s'interrogent sur la capacité des habitants de notre territoire à obtenir des résultats aussi intéressants que les habitants de Kaisersberg. A l'inverse, certains pensent au contraire qu'il faut être optimiste et que le contexte est aujourd'hui favorable pour engager une opération chez nous.

Il est donc proposé de réfléchir à une action qui pourrait se mettre en place à partir de janvier 2008.

Un certain nombre de questions sont à :

- Quels objectifs recherchés ?
- Comment trouve-t-on les familles qui participent ?
- Comment définit-on les profils de ces différentes familles ?
- Quelle communication doit être imaginée autour de cette action pour garantir une sensibilisation efficace ?
- Etc.

Pour la valeur expérimentale d'une opération comme celle-ci, les membres du groupe de travail ne peuvent évidemment pas faire partie des familles-test. Néanmoins, des propositions de familles volontaires émanant des membres du groupe de travail seront les bienvenues.

• **L'opération « stop pub »** :

Cette opération, qui paraît simple en apparence, pose un certain nombre de questions pour sa mise en œuvre.

Dans un premier temps il est proposé de se limiter à une résidence pour pouvoir évaluer l'impact sur le volume des déchets.

On pourra alors suivre l'évolution de la quantité de prospectus déposés. Le but n'est pas de bloquer systématiquement tout prospectus publicitaire mais de permettre à ceux qui n'en veulent pas de ne pas subir de distribution systématique,

Il est proposé aux membres du groupe de proposer une résidence ou un lotissement pilote sur cette opération de « stop pub »

• **Le compostage individuel :**

L'agglomération vient de signer une convention avec l'association « Jardilien » en vue d'accompagner les actions de compostage individuel.

Depuis quelques années, l'agglomération permet à des particuliers de s'équiper en composteurs individuels pour un prix modique. Jusqu'à présent l'agglomération ne prenait pas en charge l'information et la sensibilisation des habitants qui se dotaient d'un tel équipement.

Cette démarche d'accompagnement est désormais actée dans le Plan Local Energie Environnement pour l'année 2007.

Elle se déclinera sous différentes formes de manière à pouvoir cibler et répondre au mieux aux habitants du territoire qui souhaitent agir sur la réduction des déchets à la source par le biais du compostage.

Les activités mises en place seront les suivantes :

- Mise en place d'ateliers à partir d'une aire de démonstration sur la fabrication du compost. (ateliers grand public et pour les scolaires, en partenariat avec le CPIE de La Ciotat)
- Sensibilisation à l'extérieur du site de Jardilien : Mise en place d'une aire de compostage sur le site de la Font de Mai
- accompagnement à la mise en place d'aires de compostage mutualisées au sein d'habitats collectifs.
- Démonstration/animation à l'occasion d'événements.

La résidence du Bras d'Or à Aubagne semble intéressée pour réaliser ce type d'opération. Nous sommes en attente de dates pour une première rencontre.

Par ailleurs, l'école Beausoleil de La Penne sur Huveaune, désire faire du lombricompostage pour la rentrée scolaire prochaine. Une rencontre avec l'école et la Mairie de la PENNE SUR HUVEAUNE est à organiser.

*Opération de Suppression des sacs plastiques de caisses*

**Les résultats de l'enquête réalisée en avril 2007 auprès des commerçants signataires de la charte d'engagement de suppression des sacs plastiques de caisse.**

Les commerçants du territoire signataires de la charte les engageant à ne plus distribuer de sacs plastiques de caisse étaient au nombre de **103**.

Pour **37** de ces adresses, nos courriers nous sont revenus (pour cause de déménagement, fermeture, départ à la retraite etc.) ou sont restés sans réponse, soit **36%** des courriers envoyés.

Nous avons les réponses au questionnaire pour les 66 autres courriers envoyés, soit **64%**. Cependant, parmi ces 66 questionnaires, 22 seulement (**33%**) ont été renvoyés spontanément par le propriétaire de l'enseigne. Les 44 autres questionnaires ont été « renseignés » par téléphone, directement avec les responsables des enseignes, depuis les locaux de l'agglo.

- **1<sup>ère</sup> question** : « Depuis le 1<sup>er</sup> juin, avez-vous maintenu votre engagement quant à la suppression des sacs plastiques de caisse ? »

	Oui	Non
Quantité	59	7
%	89	11

- **2<sup>ème</sup> question** : « Si votre réponse est « NON », expliquez brièvement le motif de rupture de l'engagement »

**Seulement 5 réponses ont été formulées :**

« C'est une directive de la direction »

« A cause des prix des sacs en papier »

« Je suis en train de créer mon entreprise et les sacs en papier sont trop chers »

« Parce que sur les marchés, plus personne ne le fait et on ne voit pas pourquoi nous on le ferait »

« Parce que les clients râlaient trop »

- **3<sup>ème</sup> question** : « D'une façon générale, comment réagissent vos clients par rapport à cette opération ? »

	<b>Positivement</b>	<b>Indifféremment</b>	<b>Négativement</b>
<b>Quantité</b>	42	8	16
<b>%</b>	63	12	24

• **4<sup>ème</sup> question** : « Avez-vous mis en place un ou des moyen(s) de substitution ? (autre que les deux cabas distribués par la collectivité) ? »

	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
<b>Quantité</b>	53	7
<b>%</b>	88.3	11.6

• **5<sup>ème</sup> question** : « Si oui, le(s)quel(s) : »

	<b>Cabas en vente, réutilisables</b>	<b>Sacs papiers</b>	<b>sacs biodégradables</b>
<b>Quantité</b>	17	29	7
<b>%</b>	28.3	48.3	11.7

• **6<sup>ème</sup> question** : « Souhaitez-vous un accompagnement du Pays d'Aubagne et de l'Etoile pour vous aider à poursuivre cette démarche? »

	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
<b>Quantité</b>	17	43
<b>%</b>	28.5	71.5

• **7<sup>ème</sup> question** : « Si oui, veuillez préciser quel type d'accompagnement »

	<b>Communication de l'agglomération ; distribution de nouveaux sacs</b>	<b>Aide à l'achat de sacs papiers ou biodégradables</b>
<b>Quantité</b>	10	7
<b>%</b>	16.6	11.6

• **8<sup>ème</sup> question** : « Seriez-vous intéressé pour venir participer à une réunion sur cette question et sur la suite à donner à cette opération ? »

	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
<b>Quantité</b>	13	47
<b>%</b>	21.6	78.4

• **9<sup>ème</sup> question** : « Si oui, veuillez nous indiquer vos jours et heures de préférence »

	<b>Fin de journée</b>	<b>Entre midi et deux</b>	<b>Sans réponse</b>
--	-----------------------	---------------------------	---------------------

<b>Quantité</b>	9	1	3
<b>%</b>	15	1.6	5

Parmi la totalité des réponses dont nous disposons, **89%** des commerçants interrogés ont tenu leur engagement quant à la non-distribution de sac plastique de caisse.

Seulement **28.5%** des commerçants estiment qu'un nouvel accompagnement de l'agglo est nécessaire pour la suite à donner à l'opération.

Ce dernier chiffre, relativement bas, est assez logique quand on remarque que la très grande majorité des commerçants concernée (**88.3%**) a mis en place des moyens de substitution des sacs plastiques de caisse sans solliciter pour autant l'aide de la collectivité.

On note pourtant que, d'après les commerçants, **24%** des clients réagissent de façon négative à l'opération, on peut en déduire qu'une nouvelle vague d'information et de communication servirait à remobiliser les habitants sur le thème des déchets et de l'éco-citoyenneté ; **16.6%** des enseignes désirent que l'agglo mette en place un nouveau plan de communication.

Quant à l'aspect technique et financier des moyens de substitution, l'aide à l'achat groupé de sacs en papier ou biodégradable pourrait être un accompagnement efficace pour **11.6%** d'entre eux.

Certaines demandes font allusion à la trop grande taille des cabas distribués par l'agglo et appellent à une nouvelle distribution de nouveaux sacs cabas, plus petits et facilement pliables, donc plus aptes à faire de « petits achats ».

En termes de communication, une enseigne propose d'organiser un anniversaire de l'opération, de façon à mobiliser une nouvelle fois la population.

D'une manière générale, les grandes enseignes (casino, gifi, la foir'fouille...), qui ont moins de problèmes de budget que les autres, mettent l'accent sur la communication et sur la nécessité de « refaire passer le message ». Leurs moyens de substitutions sont des sacs cabas ou de sacs biodégradables en vente.

Les commerces de petites tailles ou récemment ouverts sont d'abord confrontés au problème de l'achat des sacs en papier ou biodégradables, qui sont en effet bien plus chers que les autres.

Sur 13 petites enseignes demandant un accompagnement, 6 proposent de l'aide à l'achat de sacs papier ou biodégradables, et 7 demandent davantage de communication pour légitimer cette action auprès de leurs clients.