

Vente à emporter, comment réduire nos déchets plastiques ?

Avantages, difficultés et solutions...
par les participant.e.s à l'atelier du 28 mars 2019 , à Monaco.



COMPTE-RENDU D'ATELIER

Objectifs

2016
Abandon du sac plastique, distribution du cabas en tissu « Un sac pour la vie ! » à tous les monégasques pour leurs achats du quotidien.

2017
Lancement de la démarche « Commerces engagés » accompagnant les commerces de Monaco dans leurs pratiques eco-responsables.

> 2019
Abandon des pailles et des mélangeurs en plastique dans les commerces.

à venir... 2020
Abandon de la vaisselle jetable en plastique dans les commerces.



Sommaire

> Introduction p 3

> Un atelier en Intelligence Collective... p 4

> Des avantages à réduire nos déchets plastiques... p 5

> Des difficultés pour passer à l'acte ! p 7

> Réduire nos déchets plastiques... Comment s'y prendre ? p 9

> « Vente à emporter, comment réduire les déchets plastiques ? »

NOS SOLUTIONS ! p 10



Introduction

Imaginer des solutions pour réduire les déchets plastiques des commerces de la vente à emporter...

Tel était l'objectif de l'atelier participatif organisé par la **Mission pour la Transition Énergétique du Gouvernement Princier de Monaco**, le jeudi 28 mars 2019, au Musée Océanographique de Monaco. Inscrit dans la **Monaco Ocean Week** et la **Conférence annuelle de la transition énergétique**, il a réuni plus de 50 participant.e.s particulièrement investi.e.s.

Des commerçant.e.s de la vente à emporter, des consommateurs et consommatrices, des représentant.e.s des services du Gouvernement de la Principauté, de la Fondation du Prince Albert II de Monaco, de la Mairie de Monaco, du Musée océanographique et d'Ecoscience Provence ont échangé, pendant deux heures, réfléchi ensemble, proposé des pistes constructives pour relever collectivement ce défi.

Après l'accueil par Olivier Dufournaud, Directeur de la Politique des océans du Musée océanographique, Annabelle Jaeger-Seydoux, Directrice de la Mission pour la Transition Énergétique, a redit la **grande nécessité de réduire les déchets plastiques, représentant 11 % des tonnages de déchets à Monaco** et constituant, à eux seuls, la **première source d'émission de Gaz à Effet de Serre (80%) lors de leur incinération** en Principauté. Elle a encouragé au partage de constats, d'idées et de bonnes pratiques pour apporter des réponses concrètes à cet enjeu aussi bien collectif qu'individuel.

Après le rappel des dernières **mesures gouvernementales en faveur de l'abandon progressif du plastique** dans les commerces de la Principauté, par Patrick Rolland, Adjoint à la Directrice de l'environnement, l'association Ecoscience Provence a présenté quelques alternatives pratiques et des principes à observer face à la récente interdiction des pailles et mélangeurs en plastique en Principauté.

Les participant.e.s ont pu ensuite **phosphorer** dans la convivialité et l'**écoute réciproque** autour de **questionnements essentiels** sur le sujet : *les avantages de réduire les déchets plastiques pour leur activité ainsi que pour la société, en général, les difficultés repérées pour passer à l'acte.*

Elles/ils ont ensuite co-élaboré des hypothèses d'actions, souligné des initiatives inspirantes pour **«bâtir» ensemble** un panel de **réponses constructives**.

C'est cet ensemble de questionnements existants et de solutions à adopter, à court ou moyen terme, que ce document restitue au fil des pages suivantes.



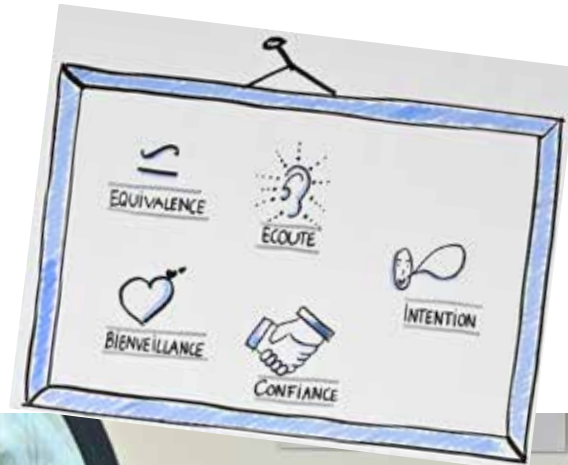
Un atelier en intelligence collective...

La Mission pour la Transition Énergétique a choisi d'organiser un **atelier ouvert et participatif** autour de la question des déchets plastiques de la vente à emporter. C'est la recherche de **pistes co-construites par l'ensemble des acteurs de la société monégasque, directement concernés** par le changement de pratiques, qui en a naturellement imposé le principe.

Les commerçant.e.s de la vente à emporter, leurs client.e.s, les services du Gouvernement en charge de la préservation de l'environnement, de l'assainissement, de l'aménagement urbain, des acteurs de la sensibilisation et de l'action environnementale (La Fondation du Prince Albert II de Monaco, Le Musée océanographique, Ecoscience Provence) ont ainsi pu faire part de leurs **problématiques respectives** et les examiner ensemble. Elles/ils ont été invité.e.s à **conjuguer leurs priorités** pour se projeter dans un **mode d'action** et des **comportements nécessairement nouveaux**.

L'atelier de deux heures s'est déroulé sur le principe de l'**intelligence collective** et dans l'ambiance... d'un café ! (World Café)

Les règles de jeu de ce protocole participatif ont aménagé une **équité** et un **confort de dialogue**, une **qualité de coopération**, de **décloisonnement des points de vue** ainsi qu'une bonne **appréhension de la diversité des attentes et des expériences** de chacun.e. Les participant.e.s monégasques ont pu aborder la question des déchets plastiques de la vente à emporter, dans son ensemble et en dernière partie, arbitrer collectivement sur les **priorités de changement** !



Des avantages à réduire nos déchets plastiques...

identifiés par les participant.e.s

> Des intérêts pour la société et l'environnement *avec*

- Un geste de protection de l'avenir des enfants.
- La protection de la planète.
- Le respect de l'environnement, de la mer, des poissons, la lutte contre le risque de contamination de la chaîne alimentaire ...
- La réduction de l'utilisation des ressources de notre planète.
- La baisse de la production-même de déchets, si le plastique est moins utilisé.
- La baisse d'émissions de Gaz à Effet de Serre.
- La limitation du gaspillage alimentaire, par l'usage de contenants plus adaptés aux besoins du consommateur.
- Une plus grande sobriété dans nos habitudes.

> Des avantages économiques *grâce à*

- La réduction de l'impact financier des consommables lorsque ceux-ci sont réutilisés.
- L'enjeu, le gain financier que la réduction de l'usage des plastiques pourrait représenter au regard du grand nombre de commerçants de la vente à emporter.

> Des bénéfices en matière de logistique *par*

- La diminution du volume de stockage.
- La réduction des transports (de consommables).
- L'allègement de logistique pour le commerçant si les contenants sont réutilisables et rapportés chez lui.

> Des bienfaits pour la relation-clients *à travers*

- Le renforcement de la relation commerciale, du lien et de la convivialité au sein du commerce.
- Une meilleure réponse à une demande croissante des utilisateurs.



« Une boîte à usages multiples, ça nous offrirait des avantages... »

« Si tout le monde vient avec sa boîte, moi, en tant que commerçant, j'y gagne ! »

« Certains m'amènent directement leur casserole pour la remplir. Ils sont contents... Ça fidélise aussi les clients ! »

Des avantages à réduire nos déchets plastiques...

> Un appui à la citoyenneté

dans

- La consolidation du rôle social du commerçant.
- L'aide aux clients dans leur engagement « anti-déchets ».
- La sensibilisation, l'éducation, l'effet « boule de neige », l'acte positif « donnant l'exemple ».
- La lutte contre la « mauvaise conscience » de tous.

> Des atouts pour la santé des consommateurs

par

- La baisse de la pollution.
- La préservation de la qualité gustative des produits alimentaires.

> Une plus-value en marketing et en communication

grâce à

- L'image positive de « l'enseigne qui s'engage », l'appui à la réputation.
- L'exemplarité affichée.
- Le potentiel d'attractivité de nouveaux clients.
- La proposition, par le commerçant, d'un service en plus. La « différenciation commerciale » permise.
- Le respect des aliments, des plats produits par le commerçant.
- Le respect du travail de préparation des produits (plats, pâtisseries).
- La valeur que l'on peut donner à l'objet contenant.
- La possibilité de communication personnalisée sur une boîte réutilisable.

« Je peux dire que je rémunère l'action éco-responsable de mon client !

« Si on amène un contenant pour exactement ce qu'on a envie de manger... Il n'y a pas de gaspillage !

« Je vois un avantage santé si on diminue la pollution de l'air et en mer, bien sûr !

« Je n'étais pas sensible à la chose, puis, quand le client m'a expliqué qu'il utilisait ce sac en papier pour autre chose ensuite, je me suis dit que ça pouvait aussi être intéressant en matière de pub !



Des difficultés pour passer à l'acte...

identifiées par les participant.e.s

> Des inconvénients liés à l'offre de produits ou de procédés alternatifs

comme

- L'offre restreinte de solutions et d'emballages alternatifs, de la part des industriels.
- La difficulté à trouver de nouveaux fournisseurs pour des contenants équivalents (ex. contenants alternatifs empilables, etc...).
- Le besoin de technologies encore inexistantes.
- L'inexistence actuelle de matériaux «micro-onnables» (sauf à respecter des consignes strictes) .
- La ressemblance de certains emballages alternatifs avec les anciens, en plastique.
- Le manque d'information sur les matériaux et leur recyclage.
- L'inexistence actuelle de « contenant idéal ».
- Le fait que certains matériaux de produits d'emballages puissent « dénaturer » la qualité de la marchandise.
- La méconnaissance de l'origine des matières premières utilisées pour ces nouveaux contenants.

> L'impact juridique durisque « santé/hygiène »

avec

- Le principe de consigne posant la question de l'hygiène, du nettoyage du contenant.
- Une inquiétude liée à la sécurité sanitaire et à la responsabilité juridique.

> L'impact financier

avec

- Des tarifs qui peuvent être multipliés par deux pour le client !
- Le coût des alternatives et des consommables recyclables pesant de 5 à 8% dans les comptes du commerçant.
- Le coût de la transition, des procédés et des produits de consigne.

« Dans mon cas, je ne peux pas dire à quelqu'un « Viens avec ta boîte en plastique ! »... Je ne vais pas démouler mes verrines ou mes pâtisseries. »

« Je suis en difficulté avec les producteurs d'emballages qui ne nous aident pas beaucoup... C'est un vrai problème pour changer !

« Les fournisseurs se basent sur la réglementation française et si ici, on est en avance, ils s'en fichent et restent en retard !

« Pour le moment, on n'a pas la même gamme de produits réutilisables qu'on a avec les produits plastiques... Par exemple, on n'a pas de bons produits contenants avec operculage !



« Il y a un délai entre l'innovation et la production !

Des difficultés pour passer à l'acte...

> Les résistances psychologiques

avec

- La lenteur de la transition dans le secteur.
- Un changement et une acceptation potentiellement compliqués chez les clients.
- La résistance au changement d'habitudes de tous.
- Le manque de temps pour trier.
- Une méfiance vis-à-vis de tous les contenants.
- La difficulté encore présente de refuser un sac au client...

> Un important effort de communication à fournir

devant

- Le manque de compréhension des consignes de tri.
- Une clientèle cosmopolite pour laquelle il faut adapter la communication, au delà de celle réservée aux monégasques.
- Le manque de lien entre les commerçants intéressés/engagés et ceux cherchant encore des solutions.

> Des complexités de logistique

comme

- La nécessité de disposer de contenants rigides et empilables pour la livraison et avec laquelle la consigne est incompatible.
- La faible part de « plastiques » recyclables et la question du lieu où déposer le plastique recyclable.
- D'autres contraintes liées au « réutilisable ».



« *Psychologiquement, un contenant réutilisé, c'est un contenant souillé pour le client.* »

« *C'est l'industrie qui nous a amené à tout ça, c'est l'industrie qui doit changer aussi !* »

« *Un client qui vient et dépense 30 euros chez moi, je ne me sens pas de lui dire « C'est 20 centimes, le sac ! ».* »

« *En tant que consommatrice, je me vois mal aller au supermarché avec toutes mes boîtes en verre...* »

Réduire nos déchets... Comment s'y prendre ?

> Dire « STOP ! » <

- **Arrêter** la vente de **bouteilles** plastiques !
- **Refuser** les déchets...
- Ne plus donner le **choix** !

> Privilégier des produits et des usages alternatifs <

- **Vendre** des contenants réutilisables.
- Proposer des « Bento » ou **box monégasques** (consignables ou non-consignées) vendus par les commerçants et le réseau de commerçants, avec le **soutien du gouvernement**.
- Penser à la solution du **lavage** de ces « Bento » ou box monégasques.
- Mettre en place un système de **contenants consignés ET harmonisés**.
- Globaliser/harmoniser les **différents packagings** afin de réduire le nombre de modèles.
- Proposer des **contenants** toujours jetables mais **recyclables**.
- **Impliquer les entreprises** et favoriser un accès à un point de lavage en entreprise.
- Permettre aux résidents, aux consommateurs d'apporter leur **propre contenant** (casserole, « tupperware »,...).

> Inciter les consommateurs <

- Proposer une **offre commerciale** « éco-responsable » (ristourne/bonus) pour inciter les consommateurs à venir avec leur propre contenant.
- Établir une « **Eco-taxe** » de 20 cents.
- « **Obliger** » à utiliser son propre contenant.
- Renforcer la fidélité du client avec des **points fidélité**, par exemple, comme avec Clink (www.cliink.com)
- Taxer ceux qui **ne suivent pas** la réglementation.

> Informer, renforcer la communication et le marketing <

- Informer la clientèle des **enseignes** acceptant les contenants réutilisables.
- Sensibiliser les clients et les commerçants, avec un « **mode d'emploi** », par exemple pour faciliter de changement d'habitudes.
- « **Faire la morale** » aux consommateurs. Ex. « *Est-ce que vous avez des pailles, vous, à la maison ?* »
- « **Éduquer** », poursuivre la « **prescription** », la **pédagogie**.
- Apposer des **affiches** pour la visibilité auprès du consommateur.

- Rendre le **produit d'emballage attractif** pour certaines catégories de consommateurs, comme les jeunes.

> Se faire aider à différentes échelles <

pour

- Pouvoir bénéficier de **subventions**.
- **Diminuer le coût** du recours aux alternatives.
- Pouvoir disposer d'un **cahier des charges** présentant les solutions/matériaux vertueux et non vertueux.
- Être **assuré** en cas d'intoxication (responsabilité juridique).
- Faire un **inventaire** des contenants existants dans le commerce.
- **Repérer** les bons produits.
- Réaliser une « **consultation des fournisseurs** ».
- Inventer un système de **boîtes uniformes de consigne** en posant le principe que le commerçant a la responsabilité de leur transport et de leur livraison auprès de ses différents clients (ex. chantiers).
- Créer un **réseau** d'emballages consignés.

« Récompenser l'utilisation de son propre « contenant réutilisable » et proposer une réduction aux clients venant en commerce avec leur propre contenant. »

1

42 points*

*Classement et pondération des solutions proposées par les participant.e.s selon le critère «action essentielle et prioritaire».

« Établir un cahier des charges avec les solutions et les matériaux envisageables, mis à disposition à Monaco ; accompagner cette démarche avec une réglementation pour les commerçants et les usagers.

Une réglementation claire, précise et lisible définissant ce qu'on peut acheter, ce qui va être recyclé et ce qui va être fait par l'utilisateur ; accompagner, dialoguer, définir un cadre pour, ensuite, commencer à agir.

« Monter, à l'échelle de Monaco, un réseau d'emballages consignés, réutilisables et standards ; créer une « Lunch Box » avec le réseau de commerçants de la Principauté, financée par un système de consignes, dont le ramassage et le lavage seraient subventionnables.

«Une Lunch box pour la vie », comme le «sac pour la vie », proposée pour les particuliers sur Monaco, par l'intermédiaire de leur comité d'entreprise, par exemple, et pour les visiteurs.

« Scénarios utilisateur » possibles :

- Acheter sa « Lunch box » chez Mac Do avec son menu , la rendre au Stars'n'Bars plus tard ou au Musée Océanographique afin qu'elle soit collectée et nettoyée.

- Payer cette « lunch box » 10 euros et avoir ensuite le choix de la garder en souvenir (possibilité de personnalisation commerciale, logo de Monaco, etc...), la conserver et la réutiliser régulièrement, la ramener contre les 10 euros.

Tous les commerçants de l'opération auraient ce service à disposition et participeraient à cette dynamique positive dans toute la Principauté : consigne, rétrocession d'argent, minimum d'investissement pour les restaurateurs ou le gouvernement, etc.

2 et 3

34 points

« Rendre obligatoire la vente des couverts et ne plus distribuer de couverts gratuitement

4

25 points

« Interdire les bouteilles en plastique

5

19 points

Nos SOLUTIONS

pour réduire les déchets plastiques de la vente à emporter !



« Éduquer » les consommateurs, les commerçants et les Écoles et Lycées à la collecte de tous les déchets

Créer une application sur le tri offrant des points fidélité pour le transport public. L'application permettrait de géo-localiser tous les points de collecte de la Principauté, d'offrir des gratifications au moment du dépôt de ses déchets et de bénéficier, en échange, de bons de transport gratuits utilisables dans les transports en commun locaux.

6

16 points

« Impliquer le consommateur à travers une participation financière, une « Eco-tax »

Le consommateur disposerait d'explications sur le « bon choix » de contenants écologiques et la démarche de la lutte contre le plastique. La taxe serait obligatoire pour toutes et tous, sur une période limitée et imposée par le Gouvernement de Monaco. A l'issue de cette période, les commerçants pourraient décider de poursuivre l'opération ou de l'arrêter.

7

14 points

« Installer des fontaines à eau filtrée publiques

8

13 points

Pour les commerçants indépendants

« Se faire accompagner par le gouvernement, à tous les niveaux (financier, juridique, sanitaire) pour mettre en place les nouvelles mesures.

9

9 points

« Mettre en place des consignes, si les contenants sont harmonisés* afin de faciliter la livraison, avec récupération, pour lavage, en différents points de la principauté

*Contenant-type « pizza », contenant-type « salade », etc.

10

7 points

« Fournir une «poubelle jaune» de tri à tous les commerces de bouche, en particulier ceux de la vente à emporter.

« Protéger, par des lois, le commerçant et le consommateur. Mettre en avant cet encadrement par les lois.

11 et 12

6 points

« Verbaliser les commerçants qui ne mettent pas en œuvre la réglementation.

« Faire payer plus cher les contenants à usage unique.

« Faire la morale » aux consommateurs.

Exemple : « Dans le magasin, un petit geste pour la planète ! Demandez-vous si vous avez-vous des pailles à la maison... ? »

« Impliquer les entreprises pour qu'elles mettent à disposition des salariés des coins « vaisselle » afin de faciliter la « tupperware attitude » !

13, 14, 15, 16

5 points



« Interdire la vente à emporter, manger sur place

17

2 points

« Proposer un mode d'emploi aux consommateurs

A retrouver sur les différents sites afin que les consommateurs sachent ce qu'ils peuvent utiliser ou quels types de comportements adopter pour aller dans le bon sens.

18

1 point





Gouvernement Princier
PRINCIPAUTÉ DE MONACO

La Mission pour la Transition Énergétique du Gouvernement Princier remercie l'ensemble des participant.e.s à cet atelier ainsi que les équipes qui se sont impliquées dans son bon déroulement.

Mission pour la Transition Énergétique
18 Allée Lazare Sauvaigo
98000 MONACO

Téléphone : (+377) 98 98 47 59
<https://transition-energetique.gouv.mc/>



Conception, animation et restitution d'atelier
Marjolilbellule (Marjorie Banès) & Céline Aguilera

Illustrations
Marjolilbellule

Photographies
Manuel Vitali (Direction de la Communication)
Céline Aguilera

Monaco
Avril 2019