Compte-rendu du Club Métiers Gestion des Déchets dans les ERP
mardi 19 juin 2018

Lieu : Citeo
Présidé par **Michel LOPEZ**, vice-président d'ORÉE, référent Économie Circulaire et Déchets, SNCF
Animé par **Camille SAINT JEAN**, Chargée de mission Économie Circulaire et Reporting RSE, ORÉE

Ordre du jour - Liste des participants – Support de présentation

1. INTRODUCTION ET PRÉSENTATION/RAPPEL DES OBJECTIFS DU GT/CM

- Le Club Métiers Gestion des Déchets dans les Établissements Recevant du Public (ERP : gares, aéroports, aires de repos autoroutières, parcs d'attraction, lieux d'évènements culturels permanents ou éphémères, centres commerciaux...) favorise les échanges d'expériences et l'enrichissement mutuel entre les participants afin d'**améliorer l'implication des usagers de ces ERP dans le geste de tri des déchets, de comprendre leurs comportements et d'y associer les systèmes de collecte les plus adaptés**.

- **Centres d'intérêt du Club :**
  - **Enjeux partagés par les différents gestionnaires d'ERP :** évènementiel ouvert et non couvert, centres commerciaux, aéroports, aires de repos autoroutières, gares…
  - **Solutions pour impliquer davantage les usagers externes et sensibiliser les agents en interne**
  - **Réglementation sur les bio-déchets et le décret 5 flux**
  - **Mieux comprendre les habitudes et comportements des usagers** par l'apport de spécialistes : sociologues/psychologues/anthropologues

1. INTRODUCTION

Concours Design Zéro Déchets

Céline COURBOULAY-BESNARD, Direction Générale Adjointe de l'Exploitation et de la Prévention des Déchets, Syctom

Le Syctom est l'agence métropolitaine des déchets ménagers et a, parmi ses principales missions, la prévention de la création de déchets.
Depuis 2012, il organise chaque année un concours étudiant intitulé « Concours design zéro déchets ». Il s'adresse à tous les étudiants, quelle que soit leur filière, et les jeunes diplômés ayant terminé leur cursus depuis moins de deux ans. Pour la première fois cette année, le concours était ouvert à l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur au niveau national (jusque-là, il était uniquement en IDF).

Chaque année, les étudiants doivent faire des propositions de projet autour d'un thème (biodéchets (édition 2016), déchets textiles (édition 2017), lutte contre le gaspillage alimentaire (édition 2014).
En 2018, le concours était parrainé par collectif 5.5 designstudio et le thème était « **prévention et la gestion des déchets en milieu urbain, dans les espaces publics et les lieux de transit** (gares, aéroports, salons professionnels et grand public, concerts, festivals, etc.) ».
140 projets ont été proposés par des étudiants, de plus de 30 écoles.
En avril, un jury de professionnels a analysé les 13 projets présélectionnés, qui leur ont été présentés de manière anonyme, pour choisir les trois lauréats (les prix allant de 1000 à 3000 € et les vainqueurs gagnant beaucoup en visibilité et en support logistique).

Voici les lauréats :

- 3ème prix : Merci c'est gratuit !

Cette campagne de sensibilisation au réemploi et à l'impact environnemental des journaux gratuits en gare. Cette campagne est partie de l'existant pour proposer une campagne de sensibilisation sur ce flux de déchets important, et cela sans créer de nouveaux objets.

- 2ème prix : Pockeco. Secteur de l'événementiel

Ce projet propose un emballage alimentaire réutilisable pour les festivals, pliable selon le contenu et le besoin, et sur le modèle des Écocup® qu'on trouve dans tous les festivals ou événements publics.

- 1er prix : Le Gyre Normand

Ce projet crée un laboratoire mobile de sensibilisation et de valorisation des déchets plastiques en milieu portuaire. C'est une attraction sur les quais, près de la plage, les usagers peuvent déposer leurs déchets selon le type de plastique, et un système de rotomoulage permet de transformer ces déchets en produit que les usagers peuvent ensuite utiliser sur place (seau de plage, assise, parebattage pour bateau).

- Prix du Syctom : bisquare

Mettre à disposition, dans les lieux publics, des nappes de pique-nique transformables en sacs poubelles, pour inciter les gens à ramasser et ne pas laisser derrière eux.

Vous pouvez consulter ici le palmarès de l'édition 2018
Et ici, le cahier des tendances avec les 13 finalistes de cette année.

Alexis De Lisle, Chef de Projet Hors-Foyer, Citeo

Citeo travaille sur la création d'une offre pour les ERP, pour faciliter la mise en place du tri (signalétique, opérateurs…), complémentaire au guide ORÉE. Il s'agit d'un site qui devrait être lancé début 2019 comme une « boutique du tri ».
Également en projet, un site de mise en relation des annonceurs à la recherche de solutions de tri et des prestataires capables de gérer cette offre, en fonction de la taille, des délais et des besoins.

2. ACTUALITÉS

Pages 3 à 5 du support de présentation

Mesures phares de la FREC concernant la gestion des déchets dans les ERP

- Intensifier la lutte contre le gaspillage alimentaire (mesure 14)
- Enclencher une dynamique de 'mobilisation générale' pour accélérer la collecte des emballages recyclages, les bouteilles plastique et les canettes (mesure 17)
- Étendre le champ de la filière REP 'emballages' aux emballages professionnels (mesure 18)
- Simplifier le geste de tri pour tous les citoyens (mesure 19)
- Faciliter le déploiement du tri à la source des biodéchets (mesure 23)
- Valoriser tous les biodéchets de qualité (mesure 24)

Autres actualités

- Le guide issu du Club Métiers « Gestion des déchets dans les Établissements recevant du public » sera présenté le 25 septembre de 14h30 à 17h30
- Citeo lance « Citeo Prospective » : un programme pour mettre en valeur et accompagner les innovations et initiatives d'optimisation et de gestion des déchets. Plus précisément, il s'agit « d'anticiper les évolutions et d'identifier les innovations en matière de matériaux et de recyclage, de développer l'éco-conception et la recyclabilité des emballages et des papiers, de conduire des projets de R&D multi-acteurs et de partager informations et résultats de ces actions ».
- Citeo lance également, pour anticiper l'extension des consignes de tri, 2 appels à projets autour des thèmes suivants :

  → « Extension des consignes de tri » : cet appel à projets a pour objectif de **moderniser les centres de tri** afin de financer les installations nécessaires pour mieux trier et recycler les plastiques à travers une enveloppe de 33 millions d'euros.

  → « Optimisation de la collecte » : celui-ci consacrera 22 millions d'euros pour **inciter les collectivités déjà clientes d'un centre de tri modernisé à améliorer leur dispositif de collecte**. Une deuxième phase d'appel à projets sera lancée fin octobre prochain.
- Un nouvel arrêté fixe les dispositions techniques nationales relatives au « compostage de proximité »

3. LE GESTE DE TRI DES PETITS EMBALLAGES EN MÉTAL

Étude Nespresso

Clémence NUTINI, Directrice de Projet environnement de Deloitte

Support de présentation

Cette étude commanditée par Nespresso, liée au déploiement du Projet Métal, afin d'équiper les centres de tri pour qu'ils puissent recevoir les petits emballages métalliques. La partie technique au niveau du centre de tri était déjà maîtrisée, mais les gisements collectés restaient faibles par rapport à ce qui était espéré. L'enquête visait à comprendre pourquoi ce geste de tri n'était pas fait.

L'étude a été organisée en 2 phases.
Tout d'abord, une **enquête auprès des consommateurs** :

- consumer connect 1 : ciblé sur les mauvais trieurs – 10 ménages sélectionnés

Prise en compte de différentes tranches d'âge, de types d'habitat différents, de situations familiales et de méthodes de tri différentes, et évidemment des consommateurs de capsules de café.

- consumer connect 2 : ciblé sur les bons trieurs – 12 ménages sélectionnés

Comprendre les bonnes pratiques et les leviers favorables au geste de tri.

La conclusion est qu'il est difficile d'avoir une communication avec un seul message, car les sensibilités des usagers sont différentes selon leurs profils.

Le facteur « doute » joue également un rôle important (« si on doute, on ne fait pas »). C'est le cas des boîtes de pizza, des éléments en métal, etc. Il y a également une forte inquiétude sur le fait de « souiller » les déchets triés. En focalisant maintenant sur la capsule de café en métal, celle-ci est perçue comme un objet qui a une valeur ; il y a donc une difficulté mentale à le concevoir comme déchet un fois utilisé. De plus, plus le temps entre l'utilisation et la mise à la poubelle est grand, plus les usagers ont des difficultés à le mettre au recyclage (sentiment de « saleté »). L'étude a aussi montré une notion de « taille ». Si l'objet est petit, le manquement au tri est perçu comme moins impactant.
Enfin, la capsule est identifiée comme un objet « à part ». Comme il y a des points de collecte spécifique, les usagers ne pensent pas qu'on puisse la mettre dans la poubelle jaune.

Lorsque le geste de tri est effectivement fait, les contenants intermédiaires (sacs plastiques, réceptacles divers) sont souvent jetés avec les capsules. Or, il conviendrait de les jeter en vrac.

Communication

Lorsque Nespresso a communiqué en 2016 sur la possibilité de trier dans la poubelle jaune, les clients ont peu lu le document, ou lorsqu'ils l'ont lu, n'ont pas fait confiance à cette communication car elle n'était pas estampillée avec le logo de la ville.

4 recommandations clés ont été faites sur la communication, pour modifier la communication de 2018 :

1. Parler de l'objet ;
2. Communication sponsorisée (par la collectivité ou grandes instances nationales) ;
3. Communication inclusive (lettre personnalisée) ;
4. Communication géolocalisée (nom de la ville).

- L'étude a été complétée par un workshop créatif dans lequel on s'est interrogés sur : Le message principal : il faut donner de la valeur au métal ;
- Les sous-messages : faciliter la reconnaissance du déchet & construire un récit sur le devenir des métaux.

Cette étude a permis d'avoir une réelle idée de l'impact de ce type de communication avec la volonté d'une communication « clé en main » (après un test sur Romainville, si elle est efficiente, elle sera proposée aux collectivités participantes au projet métal).

Discussions :

- Qu'en est-il du marc de café ? Ce point a été discuté mais il n'a pas été mis en avant pour ne pas compliquer le message. Le marc de café est, dans tous les cas, valorisé lorsque la capsule est mise au recyclage (bûches allume-feu ; dans les aéroports pour recycler les eaux polluées par le glycole pour dégeler les avions ; désodorisant…).

4. DES SOLUTIONS POUR GÉRER CERTAINS FLUX SPÉCIFIQUES

Les mégots : la marque Mé-Go

Patrick POIRIER, Référent du site de Paris, CKFD Environnement

Support de présentation

La marque Mé-Go a été créée par CKFD Environnement. L'entreprise travaille sur les petits déchets nomades, diffus, notamment dans les ERP, et sur les problématiques générées par l'abandon des déchets en lieux publics.

Avec un site, à Brest, unique en Europe pour traiter et recycler les mégots, Mé-Go est un réseau de concessionnaires qui vise à colleter les mégots des clients et recycler les autres collectes. Ce site est aujourd'hui à un niveau industriel depuis 18 mois et la société collecte auprès de ses clients dans la majeure partie de France métropolitaine.

Le procédé est le suivant :

Une fois collectés, les mégots sont triés, on enlève tous les corps étrangers, puis on les broie, les passe dans 3 bains pour les dépolluer et, enfin les transformer en une plaque de plastique monomatière, avec laquelle on fait des objets. Le cœur du métier de CKFD et Mé-Go est la collecte et gestion des déchets : la fabrication d'objets est au stade expérimental et vise surtout à intéresser les industriels qui pourront faire eux-mêmes cette transformation.

Une fois les mégots lavés, les eaux sont dépolluées puis réutilisées. Les substances toxiques sont collectées sous forme de boue et incinérées à très haute température avec une attention particulière sur l'impact carbone et l'ACV.
Dans l'entreprise de Brest, environ 4 tonnes ont été traités depuis début 2018, contre 2 tonnes en 2017. La croissante de la demande est donc forte. Le site a une capacité de 80 tonnes – sachant qu'un mégot pèse entre 0,2 et 0,5 grammes.

Pour l'instant, la collecte et le traitement des mégots est facturée aux clients (entreprises, collectivités, etc…). L'objectif est, avant tout, de gérer les zones fumeurs et de les inciter à mettre leurs mégots dans un cendrier. Le package proposé est : un cendrier (l'ERP peut aussi utiliser les siens) + un technicien (ou formation du personnel d'entretien en interne) + traçabilité. Une attention particulière est portée aux cendriers, qui doivent être ergonomiques, ne pas donner de possibilité de « chute » du mégot au sol, ou d'entrée des eaux pour ne pas polluer ces eaux et abîmer le gisement.
Les campagnes de sensibilisation de Mé-Go auprès des fumeurs fonctionnent généralement très bien.
Mé-Go propose également des solutions pour les entreprises de nettoyage – notamment un sceau qui permet de ne plus respirer les odeurs de fumée et apporte donc du confort aux personnes chargées du nettoyage.

Discussions :

- Comment le plastique ainsi obtenu pourra-t-il être recyclé par la suite ? Il est important de mettre en place une collecte spécifique ou d'adapter les filières existantes.
- La question des mégots est un réel problème de société et de santé publique en France, et Mé-Go propose une solution. Il s'agit de faire de la pédagogie, non de culpabiliser. Il y a par exemple des initiatives ludiques, comme le « cendrier-sondage-coupe du monde ».
- La démarche Mé-Go diffère de celle de Cy-Clope, qui procède à une valorisation énergétique et non un recyclage des mégots collectés.
- Aujourd'hui, le mégot n'est pas considéré comme un déchet dangereux, mais il pourrait le devenir (des discussions sont en cours). Fin avril, l'État a souhaité créer une REP sur les mégots, mais a fait marche arrière. Aujourd'hui, on reparle de la notion de pollueur-payeur.

Les bouteilles

Romain FOUQUES, Chef de produits systèmes d'information, Réco de Suez
Support de présentation

En France : 55% des bouteilles en plastique sont recyclés, ce qui reste un taux faible et insuffisant (objectif de la FREC : 100% d'ici 2020).
Réco offre une gamme d'équipements pour sensibiliser les usagers à cette question :

- **Les kiosques Réco**

L'idée est de ramener les bouteilles à recycler et recevoir des cadeaux sous forme de coupons. La capacité de chaque kiosque est de 2 tonnes, soit 60 000 bouteilles environ. Tout d'abord, 100 ont été déployés sur les parkings des grandes surfaces un peu partout en France, pendant la période de test. Aujourd'hui, tous

les kiosques sont déposés dans le cadre d'un accord avec la collectivité, et donc sous forme de prestation de service qui lui est vendue (loyer fixe ou selon le tonnage). La collectivité récupère donc ces tonnages que Réco dépose directement au centre de tri.

→ Le magasin met à disposition un emplacement, finance les bons d'achat, nettoie le kiosque ;

→ Réco : installe gratuitement, forme les référents ;

→ La collectivité récupère les bouteilles, se faisant, elle ajoute bien les tonnages Réco à ses tonnages collectés pour calculer le soutien CITEO.

Ce dispositif présente de nombreux points forts (listés en page 9 du support de présentation), et en particulier le fait que cela incite au recyclage. Si on essaie de mettre autre chose que les bouteilles en PET, la machine renvoie l'objet introduit (flux unique).

Discussions :

- Il y a un questionnement sur la possibilité / le risque de « cannibalisation » des gisements destinés à être envoyés en centre de tri, par ces machines (ce qui réduirait le gisement traité par ces centres et donc leur retour sur investissement). Sur les Trilib, une enquête de Citeo a montré que la cannibalisation est faible. Mais il reste important de s'interroger sur ce changement si la « consigne » s'étend, comme en Allemagne.
- N'y a-t-il pas un danger que le geste de tri s'arrête si la « récompense » s'arrête ? Dans le même temps, cela permet aussi de sensibiliser et informer, et donc éventuellement toucher des gens qui n'y étaient pas sensibles.

- **Le Recyclingvan :**

Recyclingvan propose le même principe que le kiosque mais c'est un van qui se loue à la journée et se déplace d'événement en événement. On peut y recycler les gobelets, cannettes et bouteilles. En fonction de l'événement, le van offre des coupons ou autres (selon ce qui est souhaité par le client). Il est aussi possible de le financer par de la pub, sur le côté du van. Le van en lui-même trie les différents déchets selon leur nature mais a une capacité de stockage très limité, il faut donc un espace de stockage dédié derrière le van durant l'événement.

Les cartons

Adrian CALVEZ, Chargé de développement, Association Carton Plein

Support de présentation

L'association « Carton Plein » est avant tout une entreprise d'insertion. Il s'agit d'un projet social qui a choisi comme support de réemploi de vieux cartons.

Le projet est né en 2018 autour du recyclage de cartons collectés dans le 18ème. La volonté était de vendre à 70€ la tonne de cartons récupérés pour les faire recycler. Cela n'a pas bien fonctionné, l'association est donc passée au réemploi en vendant 1€ le carton à des particuliers.

La collecte se fait à vélo, de manière locale. L'association emploie des gens de la rue (appelés valoristes), pour leur permettre de reprendre confiance en eux et pouvoir retrouver un travail par la suite.

Un second service qu'offre l'association est le déménagement à vélo. Elle effectue 150 déménagements à vélo par an (le vélo traîne une remorque de 0 à 20 m^3), avec une distance d'environ 3km entre point A et point B.
Le budget de l'association a été multiplié par 10 en 5 ans – aujourd'hui, elle compte 50 valoristes et 10 ETP.

La mission de collecte de cartons.
Le carton est un flux qu'on retrouve partout, de manière assez inégale. Pour les magasins : cartons = espace de vente inutilisé. L'association répond donc à cette problématique.

Les étapes :

1. Collecte à vélo ;
2. Tri en atelier ;
3. Si bon état : revendu (90% des cartons) ;
4. Si pas bon état : transformation (protection : « carton bulle » ou « paillettes de carton » - revendu à la boîte à champignons qui fait pousser des champignons dessus) (10% des cartons).

La prestation de collecte en boutique est payante, en fonction de la distance, de l'état des cartons, et de la quantité.

En termes de modèle économique :

- 30% d'autofinancement (finance le salaire des valoristes) ;
- 20% subventions privés ;
- 50% financement public.

Le but de Carton Plein reste avant tout le réemploi pour les grands exclus, et de leur permettre de remettre un pied dans le monde du travail. Leur choix de mission correspond à une grande demande, notamment en ville. Citeo a par ailleurs installé 40 Trilib dans Paris pour récolter les cartons (protection de la pluie), en partenariat avec Carton Plein. La Mairie de Paris souhaite désormais étendre le dispositif en passant à 1000 Trilib.

5. PROCHAINES REUNIONS

- **18 septembre 2018 9h30-12h30 : Club Métiers Déconstruction**
- **25 septembre 2018 14h30-17h30 : Présentation du guide « Comment mieux collecter et gérer les déchets dans les établissements recevant du public (ERP) »**