



Guide pour la mise en place des obligations de reprise EN MAGASIN

Emballages ménagers,
papiers graphiques
et biodéchets

ÉDITION 2021



Perifem



Fédération du Commerce
et de la Distribution



Donnons ensemble une
nouvelle vie à nos produits.



Ce guide est à destination de tous les professionnels de la distribution afin de les aider à mettre en place l'obligation de reprise des déchets d'emballages, papiers graphiques et biodéchets de leurs clients et personnels.

Conformément à la loi AGEC, il s'adresse aux établissements de vente au détail de produits alimentaires et de produits de grande consommation (PGC) de plus de 400 m², ainsi qu'aux établissements recevant du public (ERP) produisant plus de 1 100 litres de déchets chaque semaine.

Les auteurs du guide

Citeo s'associe aux organisations professionnelles, FCD (Fédération du Commerce et de la Distribution) et Perifem (Association technique de la distribution), pour accompagner les enseignes dans leurs actions en faveur de l'économie circulaire.



Citeo est une entreprise à mission créée par les entreprises du secteur de la grande consommation et de la distribution pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers, en leur proposant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage.

Pour répondre à l'urgence écologique et accélérer les transformations qui s'imposent, Citeo veut engager et accompagner les acteurs économiques à produire, distribuer et consommer en préservant notre planète, ses ressources, la biodiversité et le climat.

[Citeo.com](https://citeo.com)



Fédération du Commerce
et de la Distribution

La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2 131 hypermarchés, 5 962 supermarchés, 3 952 supermarchés à dominante marques propres (ex-maxidiscomptes), près de 3 700 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.

fcd.fr



Regroupant l'ensemble des acteurs intégrés et indépendants de la grande distribution alimentaire, la plupart des enseignes du commerce spécialisé, les gestionnaires des centres commerciaux et leurs partenaires offreurs de solutions, Perifem est l'interlocuteur reconnu des pouvoirs publics depuis 40 ans qui œuvre pour l'amélioration de l'exploitation des surfaces commerciales dans les domaines du bâtiment, de l'énergie, de l'environnement, de la sécurité, de l'équipement et des nouvelles technologies. Perifem décrypte la réglementation, permet le partage d'expériences et d'informations, le défrichage d'innovations et identifie les problématiques opérationnelles pour y apporter les réponses les mieux adaptées.

perifem.com

SOMMAIRE

P. 4

Les distributeurs engagés

P. 6

Le cadre légal

P. 8

Quels déchets pour quel tri ?

P. 10

La mise en place du tri

Le secteur de la grande distribution en France compte près de **50 000 points de vente** qui accueillent plus de **10 millions de clients** par jour pour les seuls achats alimentaires.

Face à l'urgence environnementale, ces consommateurs n'ont jamais eu autant envie d'agir au quotidien pour préserver la planète. **Le tri et le recyclage font partie des solutions plébiscitées par les Français** et ils attendent des marques et des enseignes une offre de biens comme de services leur permettant de mieux consommer.

Les **évolutions réglementaires** viennent appuyer cette transformation des habitudes de consommation. La loi anti-gaspillage et pour une économie circulaire (dite loi AGEC) implique concrètement les acteurs de la distribution dans l'amélioration de la collecte, première étape indispensable de cette économie circulaire dans nos territoires.

Ce guide, rédigé conjointement par Citeo, la FCD et Perifem, détaille les obligations de reprise des déchets d'emballages ménagers, des déchets de papiers graphiques ainsi que des biodéchets incombant aux magasins et centres commerciaux concernés.

Il a vocation à **apporter un éclairage sur le cadre légal et les solutions possibles** pour se mettre en conformité avec la réglementation et rendre les distributeurs acteurs de l'économie circulaire.

Pour donner une vue d'ensemble au lecteur, les autres obligations de reprise fixées dans le code de l'environnement sont également listées dans le cadre légal (pages 6 et 7) mais ne seront pas traitées en détail dans les solutions à déployer.

86 %

des Français interrogés placent le tri et le recyclage en tête des leviers d'action efficaces pour l'environnement¹.

71 %

des Français pensent que les enseignes du commerce contribuent à rendre les comportements des consommateurs plus responsables².

Le secteur de la grande distribution en France :

12 000

grandes surfaces alimentaires (GSA)

17 000

grandes surfaces spécialisées (GSS)

20 000

magasins de proximité

800

centres commerciaux



1- Etude Obsoco – Citeo, Observatoire de la consommation responsable 2020 (échantillon représentatif de la population française de 4000 personnes)

2- Etude OpinionWay pour MagasinResponsable.com réalisée en janvier 2021

Les distributeurs engagés

Le secteur de la distribution, conscient de son impact et de sa responsabilité, mène bon nombre d'actions en faveur de la protection de l'environnement. Les acteurs s'engagent dans le respect des réglementations et au-delà. Des plans de réduction et de valorisation des déchets sont opérationnels depuis de nombreuses années.

Des engagements concrets



Suite à la Feuille de route gouvernementale sur l'économie circulaire d'avril 2018, la FCD et Perifem ont initié un groupe de travail portant sur les plastiques utilisés ou commercialisés par le secteur (déchets professionnels et ménagers, dont MDD). Ce groupe de travail a permis la réalisation de deux projets :

- un cadre commun de réflexion pour la mise en œuvre d'actions individuelles sur les plastiques, portant notamment sur la recyclabilité des emballages, l'intégration de matières recyclées et les moyens d'augmenter la collecte des emballages;
- un engagement volontaire visant à adopter des alternatives au pigment noir de carbone (perturbateur du process de tri) pour les emballages de produits traiteurs frais.



Plusieurs enseignes de distribution ont signé le [Pacte national sur les emballages plastiques](#) réunissant distributeurs, industriels et deux ONG (la Fondation Tara Expéditions et WWF France), sous l'égide du Ministère de l'Écologie. Dans ce cadre, les signataires s'engagent à :

- établir une liste des emballages désignés comme problématiques ou inutiles et pour lesquels des mesures d'élimination devront être prises;
- atteindre collectivement 60 % d'emballages plastiques effectivement recyclés d'ici 2022;
- écoconcevoir les emballages pour les rendre réutilisables, recyclables ou compostables à 100 % d'ici 2025;
- mener des actions de sensibilisation et de pédagogie auprès du grand public sur les enjeux de la pollution plastique.

Ce Pacte s'inscrit dans le réseau « Plastics Pact » de la Fondation Ellen MacArthur, une plateforme de coopération et d'échanges fédérant les initiatives nationales autour d'une vision commune pour une économie circulaire pour les plastiques.

<https://pacte-national-emballages-plastiques.fr/>



53 %
des Français pensent que la réduction des emballages doit être une priorité pour les enseignes du commerce!

I - Etude OpinionWay pour MagasinResponsable.com réalisée en janvier 2021



DES ENGAGEMENTS EN MATIÈRE D'EMBALLAGES INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX (EIC)

La gestion logistique des flux de produits implique l'utilisation importante d'emballages industriels et commerciaux. La distribution s'est organisée depuis plusieurs dizaines d'années pour réduire l'usage des EIC, les éco-concevoir en vue du recyclage et pour favoriser leur réemploi, ce qui conduit les magasins à atteindre, voire dépasser, les objectifs de recyclage des DEIC, pour tous les emballages (y compris professionnels), fixés par la directive européenne.

* Source INSEE : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3902147>.



La FCD et Perifem, avec tous les acteurs de la filière verre dont Citeo et Adelphe, ont élaboré une [Charte d'engagements « Verre 100 % solutions »](#), ayant pour ambition que jamais le verre ne devienne un déchet.

A cette fin, la Charte prévoit des engagements concrets articulés en 3 axes :

- [atteindre 90 % d'emballages en verre collectés pour recyclage d'ici 2025 et tendre vers 100 % à horizon 2029](#), notamment en augmentant le nombre de points d'apport volontaire, en soutenant les initiatives de collecte innovantes et en poursuivant les efforts d'écoconception ;
- [poursuivre la mobilisation pour faire du geste de tri une évidence au quotidien](#) à travers des campagnes de communication, nationales et territoriales, et en associant le tri à une cause citoyenne ou de proximité, en lien avec les collectivités territoriales ;
- [soutenir le réemploi des emballages en verre là où il est écologiquement et économiquement pertinent](#) par la création d'un Observatoire du Réemploi avec l'ADEME.

<https://www.citeo.com/le-mag-vers-100-de-recyclage-des-emballages-en-verre-dici-2029>

DES ENGAGEMENTS SUR LA VENTE DE PRODUITS SANS EMBALLAGES PRIMAIRES


Depuis 10 ans, le développement des rayons de [vente en vrac](#) démontre la volonté des enseignes de la distribution de réduire les quantités d'emballages mis sur le marché.

La loi Climat et résilience d'août 2021 prévoit désormais que 20 % des surfaces de vente de produits de grande consommation devront être dédiées à la vente de produits sans emballages primaires d'ici 2030.



Le cadre légal

Afin d'améliorer la gestion des déchets ménagers, la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi AGEC, oblige les distributeurs à contribuer directement à la collecte et au tri des déchets d'emballages et autres déchets. Ce cadre vise à renforcer la valorisation des déchets notamment par leur recyclage.

	OBLIGATION POUR TOUS (magasins alimentaires et non-alimentaires, centres commerciaux)
ÉTABLISSEMENTS CONCERNÉS	Établissements Recevant du Public (ERP) produisant plus de 1 100 litres de déchets, tous déchets confondus, par semaine
TEXTES DE RÉFÉRENCE (Code de l'environnement)	<p>→ Art. L. 541-21-2-2</p> <p>→ Art. R. 541-61-2</p>
DÉCHETS CONCERNÉS	 <p>Déchets d'emballages ménagers constitués majoritairement de plastique, d'acier, d'aluminium, de papier ou de carton <i>Liste des déchets nommée dans la loi</i></p> <p>Déchets d'imprimés papiers et de papiers à usage graphique</p> <p>Biodéchets</p>
PUBLICS VISÉS	Clients et personnel
EMPLACEMENT	Choix libre
AFFICHAGE	Choix libre
ENTRÉE EN VIGUEUR	1 ^{er} janvier 2021
SANCTIONS	Contravention de 4 ^e classe, soit 750 € (Art. R. 541-78)

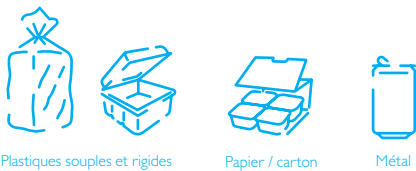
Non traité
dans le guide

OBLIGATION SPÉCIFIQUE ADDITIONNELLE (GSA et GSS incluant une offre alimentaire)

Magasins de détail > 400 m² proposant en libre-service des produits alimentaires et de grande consommation

⇒ Art. L. 541-10-18

Déchets d'emballages issus des produits alimentaires et de grande consommation achetés dans l'établissement.



Plastiques souples et rigides

Papier / carton

Métal

Liste de matériaux indicative et non exhaustive

Clients

À la sortie des caisses

Un affichage explicatif doit informer de manière visible les clients de l'existence de ce dispositif.

12 février 2020

Mise en demeure (Art. L. 171-8) avec deux ans d'emprisonnement et 100 000 € d'amende en cas de violation (Art. L. 173-1)

OBLIGATION POUR TOUS (magasins alimentaires et non-alimentaire, centres commerciaux)

Reprise des déchets des produits de même nature, avec ou sans livraison, en 1 pour 0 ou 1 pour 1

⇒ Art. L. 541-10-8

⇒ Art. R. 541-158 à R. 541-165

⇒ Art. R. 543-128-1

Piles et accumulateurs portables

Équipements électriques et électroniques dont lampes et cartouches d'encre (DEEE)

Contenus et contenants de produits chimiques + produits pyrotechniques et extincteurs (DDS), éléments d'ameublement et décoration textile (DEA), cartouches de gaz combustible à usage unique, jouets + articles de sports et de loisirs (ASL), articles de bricolage et de jardin (ABJ)

Clients

Choix libre (piles et accumulateurs portables)

Lieu de vente ou proximité immédiate (autres)

Information visible, lisible et accessible

Déjà effective (DEEE et piles) ou à compter du 1^{er} janvier 2022 (DDS, DEA et cartouches de gaz) ou du 1^{er} janvier 2023 (Jouets, ASL, ABJ)

Piles et accumulateurs portables: contravention de 3^e classe, soit 450 € (Art. R. 543-133)

Autres: contravention de 5^e classe, soit 1 500 € (Art. 541-166)

N.B.: L'article L.541-10-1 oblige également à la reprise:

- Pour les GSB: reprise des déchets produits ou matériaux du secteur de la construction et du bâtiment (PMCB)

- Pour les GSA et GSS: reprise des huiles minérales ou synthétiques, lubrifiantes ou industrielles

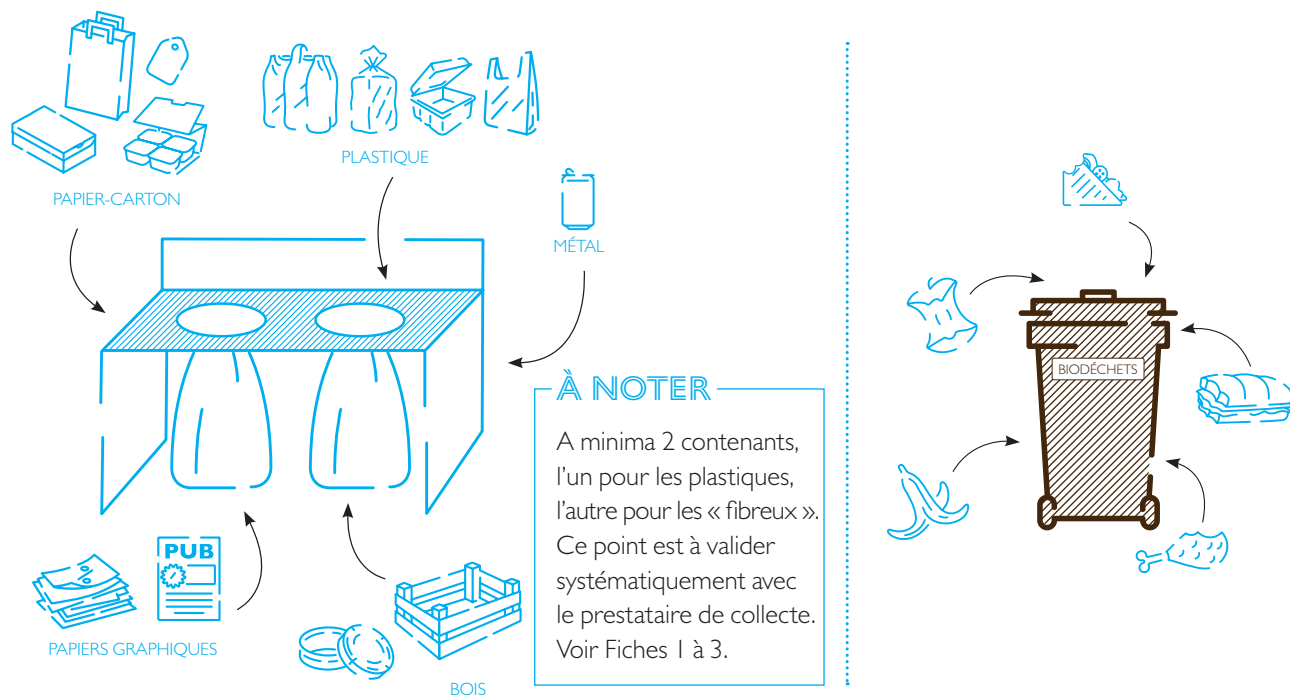
Les décrets d'application préciseront les conditions de reprise entrant en vigueur le 1^{er} janvier 2022.

Quels déchets pour quel tri ?

Définition des déchets concernés

Les Établissements Recevant du Public sont dans l'obligation de gérer la collecte des déchets du public laissés dans leur établissement ainsi que des déchets générés par le personnel. Le succès de la mise en place de la reprise des emballages en magasin repose sur des consignes de tri claires et visibles. Il convient de définir les types de déchets concernés ainsi que les consignes de tri pour chacun.

Les déchets concernés par ce dispositif sont les suivants : déchets d'emballages ménagers constitués majoritairement de verre, d'acier, d'aluminium, de papier, de carton, de plastique ou de bois, ainsi que leurs bouchons et leurs couvercles, vidés de leur contenu, déchets d'imprimés papiers, biodéchets. Tous sont majoritairement destinés au recyclage, sauf les biodéchets, voués à la valorisation organique.



CE GUIDE NE CONCERNE PAS

Les dispositions suivantes ne sont pas traitées dans ce document :

- Les produits type jouets usagés, appareils électriques usagés, ampoules et piles (voir liste exhaustive dans la colonne de droite de la page 5);
- Les biodéchets générés par l'activité de l'entreprise;
- Le tri des déchets d'activité (5 et 7 flux : déchets de papier, métal, plastique, verre, textiles, bois, fraction minérale et plâtre).



Vers une simplification du tri pour les consommateurs

Depuis début 2021, plus de 50 % de la population française est concernée par le passage en extension de consignes de tri. Comme tous les Français, ces 35 millions d'habitants peuvent déposer dans le bac de tri les emballages en métal, en papier-carton et les bouteilles et flacons en plastique. Et en plus désormais les autres emballages de tout matériau : plastique, bois, céramique, pots, barquettes, films, tubes, sachets... Avec **cette simplification du geste de tri pour le consommateur**, le tri de tous les emballages devient possible.



L'extension des consignes de tri à l'ensemble des emballages vise à doubler leur taux de recyclage grâce au tri de ces nouveaux emballages, en particulier les plastiques, mais également grâce à l'effet d'entraînement sur les emballages dans les consignes de tri : c'est un effet de plus de 10 % constatés pour l'ensemble des matériaux légers (acier, aluminium, cartons-briques et bouteilles plastiques). Dans les territoires concernés, **+3 kg d'emballages sont recyclés par habitant** et par an.



Pour accompagner cette simplification, **la collecte, le tri et le recyclage progressent** :

- avec des bacs de tri accessibles, visibles, plus nombreux et qui indiquent les consignes de tri. Les nouveaux points de reprise déployés dans les enseignes de la distribution participent de ce mouvement.
 - avec des centres de tri qui se modernisent pour mieux capter tous les plastiques, les séparer plus facilement par type de plastiques, et bien préparer tous les matériaux pour un recyclage de meilleure qualité.
 - avec des investissements importants dans la R&D pour créer de nouvelles filières de recyclage en France demain.
- Citeo accompagne techniquement et financièrement ces évolutions avec le Plan de performance des territoires : **190 millions d'euros seront investis d'ici 2022.**

À NOTER

La qualité du tri en magasin peut être dégradée si les consignes diffèrent entre le point de reprise des emballages en grandes surfaces et ce qui se passe encore à la « maison ». Selon **la taille et la localisation de la zone de chalandise du magasin**, les consommateurs peuvent en effet être ou ne pas être en zone d'extension des consignes de tri et donc ne pas effectuer le même geste (voir fiche 2).



PAPIERS GRAPHIQUES

18 KG

de papiers triés par habitant et par an en moyenne

60,5 %

de taux de recyclage soit

1,2 M

de tonnes de papiers recyclées



EMBALLAGES MÉNAGERS

51,5 KG

d'emballages triés par habitant et par an en moyenne

68 %

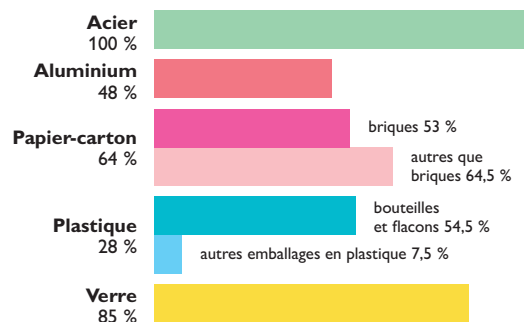
de taux de recyclage soit

3,7 M

de tonnes d'emballages ménagers recyclées



Taux de recyclage par matériau (en %)



EN SAVOIR PLUS

Retrouvez l'état des connaissances et des actions pour accélérer l'économie circulaire des emballages et des papiers.

<https://www.citeo.com/le-mag/plus-on-sait-mieux-on-fait/>

La mise en place du tri sur les lieux de vente



Comment ?

La check-list du responsable d'enseigne

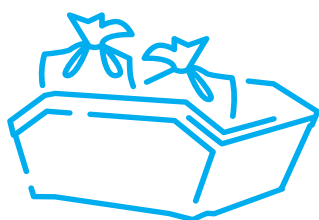
Avant de déployer le dispositif et la communication sur la reprise en magasin, il faut s'assurer que toute la chaîne du recyclage est bien mise en place en aval pour gérer les déchets collectés de façon appropriée. Ce que le client ne voit pas est aussi important que son geste de tri pour garantir l'efficacité du tri et du recyclage !



1

LE MEUBLE DE COLLECTE

Mettre en place un dispositif performant adapté aux flux qui seront triés par les clients, visible et placé à un emplacement adéquat sur le parcours de visite du client.



2

LE REGROUPEMENT ET LE STOCKAGE DES DÉCHETS

Choisir le type de contenant de stockage le mieux adapté à la typologie de l'établissement et à la prestation de collecte envisagée.



3

L'ENLÈVEMENT ET LE TRAITEMENT DES DÉCHETS

Trouver un prestataire qui viendra chercher vos différentes poubelles et qui propose une prestation adaptée aux besoins de l'enseigne (fréquence des enlèvements, horaires...).



4

LA MOBILISATION ET LA FORMATION DES ÉQUIPES

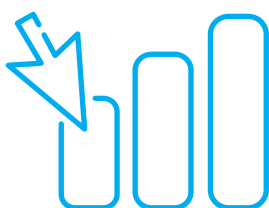
Embarquer vos collaborateurs pour en faire vos « ambassadeurs du tri » et les garants de la chaîne du recyclage.



5

L'INFORMATION ET LA SENSIBILISATION DES CLIENTS

Mettre en place une signalétique visible, simple et claire pour rendre facile le geste de tri par les clients et valoriser la démarche.



6

LA MISE EN PLACE D'INDICATEURS DE SUIVI

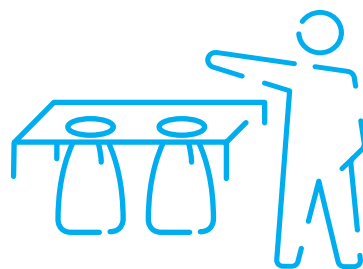
Piloter le dispositif pour s'assurer de son efficacité au fil des jours.



Ce guide est une méthodologie « standardisée » qui a besoin d'être adaptée aux situations locales :

- Taille et organisation du point de vente ;
- Localisation : communes ou intercommunalités en Extension des Consignes de Tri ou non, soumise à la tarification incitative, dispositif harmonisé déjà opérationnel ou non ;
- Flux traités lors de la reprise.

1 LE MEUBLE DE COLLECTE

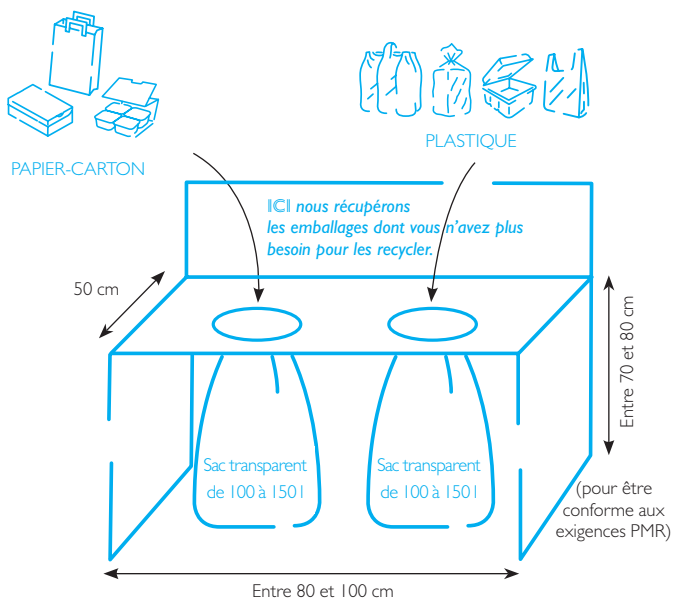


Mettre en place un dispositif performant et attractif pour favoriser les bons gestes

La conception du meuble

Le meuble idéal doit **faciliter le déballage** pour le client en lui indiquant clairement ce qu'il peut déposer et comment.

- Prévoir **une surface de pose** pour le client lui permettant de trier son panier: il faut faciliter le geste du consommateur en le rendant « confortable » (sans mettre de ciseaux à disposition du client pour prévenir le risque d'accident).
- Apposer une **signalétique claire**, lisible et visible intégrée au meuble au plus près des bacs: voir fiche 5.
- Tenir compte des **contraintes de sécurité**: accès PMR (avec hauteur minimale de 70 cm), Vigipirate (avec des sacs de préférence transparents permettant un contrôle visuel rapide).
- Choisir un meuble qui s'apparente à du mobilier courant pour élargir le choix de l'emplacement et qui s'adapte à une manutention manuelle (vidage, déplacement), avec une capacité de stockage inférieure à 1 m³.
- Veiller à la cohérence avec les autres obligations de reprise du distributeur (meuble dédié aux piles, ampoules, etc.).



Le choix des flux est à valider systématiquement avec l'opérateur choisi pour une bonne adéquation au centre de tri et pour tenir compte de la nature des ventes du magasin (présence éventuelle d'emballages en bois, métal...).

À NOTER

- Un emplacement en galerie marchande augmente le risque de souillures des bacs de tri (dépose de déchets alimentaires notamment).
- Le positionnement des bacs doit respecter la réglementation incendie et notamment la largeur des issues.
- Un emplacement sur le parking du magasin ou du centre commercial n'est pas conforme à la réglementation.



L'emplacement du meuble

- Le meuble doit être **visible et accessible**, facilement **identifiable et pratique** dans le cheminement du client.
- Privilégier un emplacement en arrière-caisses ou dans les allées de la galerie, hors sortie de caisse pour le reste des établissements recevant du public (bacs de tri classiques).
 - Sur un point ou plusieurs, en **fonction du nombre d'entrées/sorties du magasin**. Il peut être intéressant de créer de véritables « zones de reprise » favorisant la cohérence avec les autres obligations REP non traitées dans ce guide (en particulier les DEEE y compris les ampoules et néons, et les piles électriques).

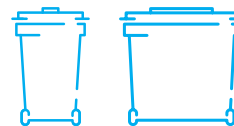
2 LE REGROUPEMENT ET LE STOCKAGE DES DECHETS



Choisir les moyens de stockage adaptés à l'établissement

→ Avant de mettre en place les meubles de tri, l'établissement doit veiller à ce que l'espace dédié aux déchets puisse accueillir les contenants et s'assurer au préalable de la fréquence de collecte, ce qui déterminera les besoins en matière de stockage.

- L'usage de bacs roulants ou de colonnes d'apport volontaire sont les dispositifs les plus répandus. Chacun a des avantages et des inconvénients, le choix dépendra des contraintes du magasin et des modalités de collecte choisies.
- Les emballages sont légers mais volumineux. Lorsque cela est possible, privilégiez la mise en place de contenants de grands volumes afin de limiter le nombre de collectes.



→ Le stockage des déchets doit être simple à comprendre et à faire, pour éviter tout risque de mélanges entre les différents flux par les équipes.

Les flux collectés sont regroupés dans une même zone de stockage. Chaque flux est parfaitement identifié et respecte une logique de code couleur. Si le flux de reprise est collecté en sacs jaunes, alors le bac de regroupement devra également être jaune.

LE BON GESTE

→ Afin de garantir la qualité de tri, les équipes en magasin font un contrôle visuel du contenu du sac. Les déchets correspondant aux flux triés en réserve des magasins pourront y être intégrés. Les sacs présentant trop d'erreurs de tri seront isolés pour ne pas perturber la chaîne de recyclage.

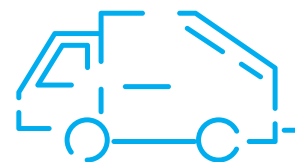


À NOTER

La gestion de ce dispositif de reprise en sortie de caisse se fait au niveau de chaque magasin par des intervenants identifiés par la direction du magasin (sans intervention de l'enseigne nationale quant au mode de gestion à mettre en place).



3 L' ENLÈVEMENT ET LE TRAITEMENT DES DECHETS

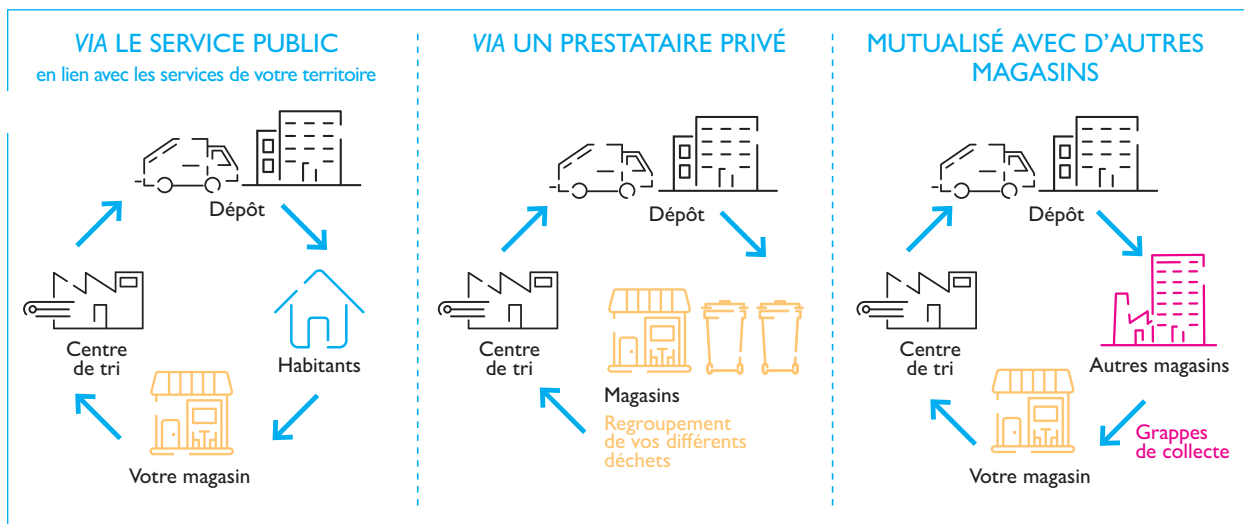


Privilégier une collecte mutualisée

Les emballages et papiers issus du tri en sortie de caisse et de la reprise en magasin sont assimilables à des emballages de nature ménagère. Ils doivent faire l'objet d'un traitement dans des centres de tri prévus pour ce type de matériaux. Il appartient au magasin de s'assurer de la traçabilité de ces déchets. Bien que moins flexible qu'une collecte spécifique, il peut être intéressant de privilégier une collecte mutualisée avec la gestion globale des déchets d'activité du magasin. Le temps passé et le coût supplémentaire peuvent être marginaux et la volumétrie ne justifie pas nécessairement le recours à un prestataire spécialisé pour un dispositif dédié.

Les différentes modalités de collecte

Différentes options possibles en fonction des contraintes techniques et économiques locales.



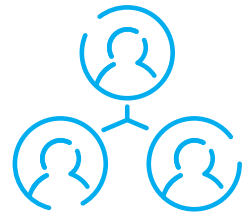
EN PRATIQUE

Besoin d'un prestataire de collecte pour votre magasin ou votre centre commercial ?

Quitri, la plateforme de tri hors foyer de Citeo vous aide à mettre en place le tri et la collecte dans votre établissement et valorise votre engagement. Via un service en ligne gratuit, Quitri met en relation les gestionnaires d'établissements avec des prestataires de collecte de déchets. quitri.com



4 LA MOBILISATION ET LA FORMATION DES ÉQUIPES



Faire de vos collaborateurs vos ambassadeurs du tri

Les facteurs clés de succès pour passer à l'action :

Une dynamique collective à l'établissement :

- L'équipe de direction est convaincue des enjeux de la reprise, impliquée et moteur dans sa mise en place.
- Un référent « tri et recyclage » est désigné pour être en lien avec les équipes en caisses.
- Des objectifs et des indicateurs sont mis en place pour garantir l'efficacité du dispositif, voir fiche 6.

Une équipe formée :

- L'équipe en caisses est sensibilisée aux consignes de déballage, pour pouvoir les communiquer aux clients et répondre à leurs questions.
- Le personnel d'entretien est formé pour effectuer un contrôle visuel afin d'évaluer si le sac de tri est bon ou pollué avant de le mettre ou non dans le bac de tri.
- L'information délivrée aux clients directement par l'équipe peut faire la différence car une information délivrée en face-à-face via une interaction est beaucoup mieux retenue (un mot lors du passage en caisse, etc.).
- Tout l'effectif du magasin est également sensibilisé au tri des déchets générés par les collaborateurs eux-mêmes.

Des supports de communication visibles pour les collaborateurs :

- Un support de formation, à construire avec le prestataire de collecte choisi, permet de rappeler les consignes.
- Des affiches, en arrière-salle et dans la zone de stockage des déchets, rappellent les consignes aux collaborateurs.
- Les résultats (en qualité et quantité) et les points d'amélioration sont communiqués régulièrement à toute l'équipe.



Le client peut être sensibilisé, tout au long du parcours, au fait de pouvoir laisser ses emballages via une chaîne d'incitations positives. La reprise et le tri deviennent ainsi l'affaire de tous dans le magasin !

5

L'INFORMATION ET LA SENSIBILISATION CLIENT



Rendre visibles des messages simples et efficaces

En basant la communication vers le consommateur sur la reprise d'« emballages dont vous n'avez plus besoin », le geste est associé à « un service rendu » aux clients. La mise en valeur de la démarche bénéficie aussi à l'image du magasin en témoignant de son implication dans la réduction des impacts environnementaux.

Une signalétique visuelle efficace :

- Il convient d'identifier les déchets dont les clients souhaitent se débarrasser dans le magasin, sans chercher l'exhaustivité, pour adapter les consignes.
- La consigne de reprise est simple, idéalement doublée avec des pictogrammes, illustrations graphiques et une description textuelle (ex : visuels et mots de « boîte », « film de regroupement »).
- L'information sur la reprise est visible à proximité des bacs de collecte.
- L'indication de tri est cohérente avec les consignes de tri des ménages locales. Si plusieurs consignes sont disponibles dans la zone de chalandise du magasin (cf. page 7), privilégier la consigne de tri la plus simple.


Un accompagnement spécifique en phase de lancement :

- Renforcer la communication « orale » : les personnels de caisse et les personnels chargés de l'entretien des bacs de collecte pourront accompagner les clients afin d'assurer le respect des consignes de tri.
- Mettre à disposition des affiches expliquant la démarche et communiquer *via* l'application ou le programme de fidélité pour les clients qui en disposent.
- Une communication nationale peut venir en appui, mais elle aura un caractère général et devra renvoyer aux spécificités locales propres à chaque magasin.

ICI nous récupérons les emballages et les papiers dont vous n'avez plus besoin afin de les **RECYCLER!**



emballages en papiers-cartons



emballages en plastique

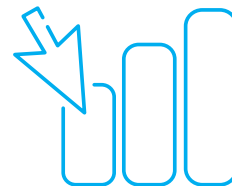
Dans mon supermarché et à la maison, je trie

LE BON GESTE

Le consommateur doit bien comprendre que le bac de collecte n'est pas une poubelle !

La communication sur le meuble veillera à ne pas inciter à la consommation sur place pour éviter la pollution des emballages collectés par des déchets du type ordures ménagères ou biodéchets. L'observation du contenu du dispositif de tri et du comportement des consommateurs permettra d'ajuster les consignes ou d'autres aspects du dispositif de tri.





Piloter la performance de ce nouveau geste de tri

Pour garantir l'efficacité du dispositif dans le temps, il est intéressant de mettre en place des objectifs et de suivre des indicateurs relatifs à la performance de ce nouveau geste des consommateurs.

Évaluation quantitative de la reprise :

- Via des données réelles acquises en pesant régulièrement les collectes (au réel en continu ou via des échantillons réguliers)
- Via des estimations de quantités appréciées visuellement en se basant sur le volume des contenants, la densité moyenne du flux collecté et les fréquences de vidage des dispositifs.

Appréciation qualitative de la reprise :

La démarche de reprise des emballages, papiers et autres déchets en sortie de caisse contribue à l'image positive du magasin en matière de responsabilité sociale et environnementale.

En cas d'enquête qualitative auprès des clients (questionnaire de sortie de caisse, sondage), il peut être intéressant de faire ressortir un indicateur d'image associé à cet engagement du magasin.

EN PRATIQUE

On l'a déjà dit, la reprise en sortie de caisse participe de l'engagement général du magasin et de l'enseigne en faveur du développement durable et des nouveaux comportements écocitoyens. Il pourra être opportun de soutenir cette démarche en **renforçant les messages à l'occasion de certaines dates-clés du calendrier** : Journée de la Terre (22 avril), Semaine du Développement durable (juin), Semaine Européenne de la Réduction des Déchets (novembre).

Des indicateurs spécifiques pourront être développés et partagés avec les collaborateurs à cette occasion.

Le suivi de ces indicateurs de performance pourra être partagé avec les équipes, et même avec les clients dans le cadre d'une **communication RSE**.





Tous les papiers se trient et se recyclent,
ce document aussi !

CITEO

Donnons ensemble une
nouvelle vie à nos produits.

www.citeo.com