

Comment développer des projets de vrac et de consigne sur notre territoire ?



Actions prioritaires identifiées



RAPPEL DE LA PROBLÉMATIQUE

L'utilisation d'emballages consignés était une pratique courante en France jusque dans les années 1960. Elle fut par la suite progressivement abandonnée face à l'émergence de nouveaux modes de consommation et d'innovation dans le conditionnement des produits. Aujourd'hui, la France réemploie moins de 1% des emballages et une grande partie n'est pas valorisée. Ainsi, seulement 30% des emballages plastiques ont été recyclés en 2021. En parallèle de la multiplication des déchets d'emballages, le gaspillage alimentaire est un autre enjeu environnemental qui s'est aggravé au cours des dernières décennies.. La vente en vrac est une des solutions à cet enjeu car elle permet d'acheter la juste quantité. Depuis 2013, le secteur de la vente en vrac en France connaît une forte croissance. Ainsi, en 2020, 4 foyers français sur 10 avaient déjà consommé des produits en vrac. Pour autant, la consigne pour réemploi et la vente en vrac sont confrontés à de nombreux défis pour passer à l'échelle, tels que l'atteinte de la rentabilité opérationnelle et la lente transformation des habitudes des consommateurs.

CHIFFRES CLÉS

~1,2 million de tonnes de déchets ménagers d'emballages plastiques chaque année en France

20 kg de nourriture/an/habitant sont jetés chaque année dans nos poubelles

Baisse jusqu'à 48% des émissions de CO₂ en consommant en vrac

Réduction de 76% de la consommation d'énergie primaire et de 79% des émissions de GES grâce au réemploi d'une bouteille par rapport au recyclage



LEVIERS OPÉRATIONNELS À ACTIONNER

Standardiser les contenants pour massifier les flux

La standardisation des contenants et des étiquettes est primordiale pour faciliter le tri, le lavage mais aussi pour massifier les flux. La standardisation permet également de maximiser l'intérêt écologique du réemploi en raccourcissant les boucles logistiques et favorisant un réemploi local. Pour répondre à cet enjeu, L'Incassable collabore avec le Réseau Vrac et Réemploi pour proposer une gamme standard de bouteilles en attendant la conclusion des travaux des éco-organismes de la REP emballages ménagers sur une gamme nationale de contenants standards pour le réemploi.

Communiquer et sensibiliser pour provoquer l'adhésion

La démocratisation des achats en vrac ne se fera pas sans un travail de sensibilisation et d'informations sur ses avantages économiques et environnementaux. La même logique s'applique également au réemploi et à la consigne : il est nécessaire d'expliquer l'intérêt du passage du jetable au réemploi. Le Centre Hospitalier de Cannes a bien saisi l'importance de cet enjeu, clé pour faire adhérer le personnel à un nouveau mode de restauration au self dans des contenants consignés. Ainsi, une campagne de communication a été menée pour rendre l'emballage à usage unique indésirable.

Fixer un montant de consigne incitatif et abordable

Le réemploi des emballages ne peut fonctionner sans l'application d'une consigne qui permet de maximiser leur taux de retour. L'enjeu est de fixer un montant qui ne soit pas désincitatif pour les consommateurs mais assez élevé pour inciter à retourner l'emballage. La consigne permet également de redonner de la valeur au contenant qui n'est plus considéré comme un déchet. Ainsi, le réseau national de consigne "En boîte le Plat" dont fait partie Vaïeven avait initialement fixé le montant de la consigne à 5€ lors de l'expérimentation du dispositif à Toulouse en 2019. Ce montant s'est avéré trop élevé, a désincité l'achat des produits consignés et a donc été abaissé à 3 euros.

Simplifier le geste consommateur

Pour accélérer l'adhésion des consommateurs à l'achat de produits consignés ou en vrac, il faut faciliter le geste consommateur et simplifier le parcours client. Ainsi, Noww met à disposition des collecteurs intelligents autonomes disponibles 24h/24. Les consommateurs peuvent ainsi retourner les contenants à n'importe quel moment sans être limités par les heures d'ouverture des commerces. Le vrac demande un engagement encore plus important du consommateur. Il est donc essentiel de l'accompagner dans le bon choix de contenants et innover dans la conception des contenants afin de rendre le processus d'achat en vrac aussi facile que l'achat "traditionnel".