



Direction départementale des affaires sanitaires et sociales de la Manche
Service Santé Environnement

**ELABORATION DUN PLAN DEPARTEMENTAL DE GESTION DES
DECHETS MENAGERS ET ASSIMILES**

**GROUPE de TRAVAIL n°1 : « limitation de la production
à la source des déchets »**

- Compte-rendu de la réunion n°4 du 14 novembre 2005 -

Le 23 mars 2005 à 10 heures, le groupe de travail n°1 s'est réuni à la préfecture de la Manche - salle Urbain Le Verrier, sous la présidence de Monsieur GUERTON.

Etaient présents :

| | |
|-----------------------|--|
| Mme BAILLARGEAT | Chambre de commerce et d'industrie de Cherbourg Cotentin |
| M. BAUDUIN | Groupement des associations de protection de l'environnement GRAPE |
| M. BORDES | Brigades Vertes de Basse Normandie |
| M. DESGRANGES | A.D.E.M.E. - Basse Normandie |
| M. DUFILS | D.D.A.S.S. - Santé Environnement |
| M. GUERTON, animateur | Centre commercial LECLERC |
| M. HOUEL | Conseiller général de Carentan |
| M. LE GOFF | Chambre de commerce et d'industrie du Centre et Sud Manche |
| M. ROYANT | Conseil général – Direction des affaires maritimes et de l'environnement |
| M. MARTINS | Société RECYCLAGE DU COTENTIN - Groupe SIREC PINEL |
| M. PITHOIS | Société VEOLIA Propreté |
| M. PERIER | Syndicat intercommunal de Bréhal Montmartin, président |

Etaient excusés ou absents :

| | |
|---------------------------------|--|
| Mme DUCHEMIN | C.R.E.P.A.N. |
| Mme REMIGEREAU | Chambre régionale de Commerce et d'Industrie de Basse Normandie |
| M. BERNARD | Association réduction à la source de la production des déchets du BTP |
| M. COCHARD | Fédération des Unions Commerciales du Centre et Sud Manche |
| M. GUILLEMET | Association AVRIL |
| M. LAIGNEL | Conseil général – Direction des affaires maritimes et de l'environnement |
| M. LAMBERT | Centre commercial d'AUCHAN, responsable technique |
| M. LAUNAY | Fédération départementale des entreprises du commerce et de la distribution (<i>Centres commerciaux INTERMARCHE</i>) |
| M. LEMOINE | Représentant des Marché U Super U de la Manche |
| M. MOSSET | Société Eco-Emballages |
| M. THIENNETTE | Association UFC Que choisir ? |
| MM. THOREZ, LEBRUN et JEANNE | Centre commercial CARREFOUR (Tourlaville) |

A titre de suivi des travaux et pour information :

| | |
|------------|---|
| Mme BRECY | Conseiller général de Montebourg |
| M. HALBECQ | Association départementale des maires de la Manche, président |

Le compte-rendu de la réunion n°3 - *du 23 mars 2005* - de ce groupe est validé, sans remarques ou commentaires.

RAPPEL DES PROPOSITIONS D'AXES DE REFLEXION

Cette liste n'est pas exhaustive et n'a pour but que d'aider à la réflexion des membres du groupe de travail.

- Quels sont les produits sur lesquels agir ?
 ① emballages, ② journaux publicitaires et publicités internes, ③ produits périssables (fermentescibles ou organiques).
- Diagnostic départemental ?
 - existence de bilans des quantités de matières d'emballages (par matériaux), de journaux et produits périssables mis sur le marché par toutes les enseignes commerciales,
 - quantités de déchets produits au niveau des magasins (problématique des dates limites de consommation, les invendus),
 - comment sont-ils valorisés ou traités,
- Expériences départementales de réduction à la source ?
- Comment agir ?
 - en amont de la vente, au niveau de la fabrication des produits, contraintes d'hygiène, de conservation, promotion/marketing...
 - en aval de la vente, reconditionnements, emballages consignés : avantages et inconvénients...
 - au niveau du service après vente (SAV).
 utilisation de « système » de livraison réutilisable ?
 collecte des produits anciens pour les faire réparer ?
- Notion de « développement durable » et de proximité ?
 - les solutions proposées ne devront pas solliciter de matières non renouvelables,
 - attention aux transferts de pollutions, notamment par les transports.
- Quelles actions de communications et de sensibilisation des consommateurs pour orienter nos achats vers des produits générant moins de déchets ?
- Quelle stratégie départementale est il possible de définir pour réduire la production de déchets issus de nos achats, en partenariat avec tous les acteurs concernés ?

A tout moment, il est possible d'ajouter des thèmes pour aider les débats et travaux.

A) DISCUSSIONS ET DEBAT

Point « BILAN de la production des déchets des enseignes commerciales généralistes et/ou spécialisées »

Il reviendra à la DDASS et éventuellement, dans certains cas, aux CCI d'aider à la collecte de ces données.

Point « obligations au regard du futur PEDMA »

Les prescriptions inscrites dans le futur PEDMA s'imposeront à tous les producteurs eu égard à la procédure de mise à l'enquête publique et l'approbation par un arrêté préfectoral.

Tous les participants au groupe de travail apporte leur avis, remarques, demandes au nom des personnes qu'ils représentent et les engagent à respecter les conclusions qui seront présentées devant la Commission consultative qui les validera par un vote (*nota : les personnes participant à la commission consultative doivent avoir ce pouvoir – à vérifier au sein de chaque structure ou société*).

.../...

Le PEDMA est issu d'un décret pris pour application de la Loi et du Code de l'environnement. Ils sont également contraignant pour tous et il est prévu des sanctions pour non respect des prescriptions.

La démarche voulue par le Département de la manche a toujours été celle de la participation d'un maximum de représentants, une démarche d'écoute et de négociation pour élaborer un Plan consensuel avec des objectifs réalistes et acceptables par tous.

Point n°1 : LES SACS DE CAISSES, SACS POUR FRUITS ET LEGUMES, SACS POUR VETEMENTS

En ce qui concerne le courrier de demande de participation au projet de suppression de tous les sacs, il est bien évident qu'une solution unique ne sera pas imposée.

Les mises en place de « cabas réutilisables et recyclables » de « sacs biodégradables (*papier, amidon de maïs, caséine de lait ou autre*) feront partie des solutions acceptables.

le Conseil général de la Manche soutient cette démarche et devrait être en mesure de l'accompagner financièrement mais il faut noter **qu'il ne sera pas autorisé**, au regard de la loi, à assumer le rôle d'intermédiaire et il faudra étudier les modalités d'organisation dès réception de tous les avis favorables des organismes consultés.

Les CCI se trouvent **dans la même situation** que le CG et la solution de s'appuyer sur les Syndicats mixte de développement (*cf. structure des Pays*) semble la plus facile à mobiliser.

Il faut saluer l'initiative de la CCI Cherbourg Cotentin et tous les commerçants avec la distribution de SACS en papier Kraft avec le logo « Energie de tout un pays » pour relayer la campagne de pub nationale sur la gestion des déchets. (lancement semaine 49 en 2005, la distribution se faisant à la Cci auprès des commerçants participants – nombre de sacs prévus : xxxxxx).

Mme BAILLARGEAT indique que les cavistes du nord de la Manche ont refusé de participer à la démarche puisque c'est leur **syndicat les approvisionne** en sacs papier kraft.

Ce sont des organismes qu'il sera nécessaire de contacter lors du lancement de cette opération « zéro sacs dans la Manche ».

Par exemple, à titre d'information : Syndicat des bouchers (M. SIMON, président), Syndicat des Boulangers : M. MESLIN, membre, est président de la Chambre de Métiers

Mais l'ADEME informe que la **CCI de Dijon** a été soutenue pour son initiative de projet de fabrication de sacs en leur de coton (prendre contact pour connaître le détail).

☞ **Pour le sac de caisse :**

L'ADEME demande que les données sur la durée de vie des différents sacs soient mises en annexe du compte-rendu. Elle indique qu'un objectif de réduction de près de 50 % des sacs de caisse sera atteint d'ici la fin 2006 (sur la base de la production 2003).

Un député a fait une proposition de loi pour imposer la seule fabrication d'emballages disposant réellement d'une filière de recyclage, avec le souhait de fabriquer des emballages à partir de matières premières produites par le monde agricole. Mais attention à l'écobilan général de ces productions (irrigations, utilisation de phytosanitaires, engrais...).

A noter que certains cabas proposés en substitution sont produits en Chine.

.../...

En ce qui concerne le NEOSAC, celui n'est pas biodégradable mais simplement « fragmentable » (*micro particules de plastique impossible à récupérer par la suite*). Cependant, il y a un gain d'espace au sein des CSDU lors de leur enfouissement.

Sur la base d'un achat de 3 millions d'unités, un sac classique coûte environ 1 centimes d'euros contre 4 à 6 centimes pour le sac d'amidon de maïs.

✧ **Pour le sac « fruits et légumes », « poissons », « boucheries » et sac « vêtements » : non abordé**

✧ **Pour le papier d'emballages « boucherie » et « poissonnerie » : non abordé**

✧ **Pour le sac « commerce de luxe » :**

Ce sont des sacs vernis avec une couche de paraffine ou de plastique (pour l'aspect lustré), voire parfois aluminés ; en terme de gestion du déchets : 1/3 recyclable et 2/3 vers la filière ultime. Cela pose donc des problèmes de filière de valorisation.

De la même manière pour les boîtes en carton avec un film paraffiné.

Dans la Manche à St Hilaire du Harcouët, la société ALLARDI est spécialiste de cette fabrication qu'il serait nécessaire de rencontrer.

La question est posée concernant le mode d'organisation de l'entreprise VUITTON à Juilley (canton de Ducey) pour la production de ses emballages.

✧ **Pour le sac « pharmacie » :**

Il faut relever l'initiative de certaines officines du département de la Manche qui ont opté pour la distribution de sacs biodégradables.

Point n° 2 : DEVELOPPEMENT DE L'ACHAT « EN VRAC » : non abordé

Point n°3 : « RECONDITIONNEMENT » DES PRODUITS : non abordé

Point n°4 : : LES MARCHES PLEIN AIR :

Pour faire le point sur l'approche de la gestion des déchets et tout particulièrement les sacs de caisse, il est nécessaire de prendre contact avec :

- Groupement départemental des commerçants non sédentaires de la Manche (tél. 06.81.46.02.49. – M. LEPELTIER, président).
- Confédération intersyndicale de défense et d'union nationale d'action des travailleurs indépendants (CIDUNATI tél. 02.33.56.72.88. – M. FRANCOISE, président).

Les unions commerciales doivent devenir des partenaires relais de cette démarche. Pour le Centre et Sud Manche, la CCI a présenté la liste des 62 unions recensées (*dont 26 représentent des activités commerciales importantes*).

Une réunion sera nécessaire entre la Chambre de métiers, les 2 CCI, les 2 organismes ci-dessus et quelques unions commerciales les plus représentatives du département (*4 par arrondissement, soit 12 représentants*).

.../...

Point n°5 : ACTIONS DE COMMUNICATION ET SENSIBILISATION

Campagnes publicitaires ciblées : non abordé

Fidélisation et encouragements :

La promotion de l'achat de produits dans des emballages réellement recyclables semble difficile à mettre en œuvre mais doit bien constituer un objectif dont les Enseignes doivent se saisir.

Il appartient également aux consommateurs d'être exigeant, de demander de tels emballages et de choisir par lui-même des produits dont le déchets d'emballages sera bien recyclable.

Les produits à plus forte valeur ajoutée, comme l'huile d'olive, certains produits biologiques..., privilégie les emballages en verre, plus cher à fabriquer, à transporter... mais valorisables.

En ce qui concerne les emballages plastique qui ont contenu des matières grasses (huiles, yaourt, beurre...), celles-ci ont la possibilité de diffuser dans le matériau d'emballages, d'où cela semble gêner les unités de valorisation. C'est pourquoi ces déchets d'emballages sont assimilés à des refus de tri.

Pour favoriser la gestion des déchets d'emballages, peut-on envisager la mise en place d'une expérience sur une semaine « d'achat de produits et de dépôt de l'emballage sur le lieu d'achat » ?

Point n° 6 : LES JOURNAUX MAGAZINES PUBLICITAIRES

Depuis le 1^{er} janvier 2005 (cf. *Loi n°2004-1485 du 30/12/2004 de finances*), l'article L. 541-10-1 du Code l'environnement oblige à toute personne qui distribue ou fait distribuer gratuitement des imprimés non sollicités aux particuliers (*publicités, journaux gratuits...*) à contribuer à la collecte à l'élimination des déchets en résultant (*projet de 0,15 Euros/kg de magazines*). La contribution peut se faire sous forme de prestations en nature, pas le biais d'allocation d'espaces de communication au profit des groupements intercommunaux. **Le décret d'application a été publié au J.O. du 2 mars 2006.**

Le « courrier publicitaire des enseignes adressé » coûtent plus cher pour celui qui l'envoie mais engendre également un coût pour la collectivité territoriale qui doit gérer des tonnages importants. Les collectivités territoriales doivent donner l'exemple et leurs envois doivent obligatoirement réalisés uniquement sur abonnement.

Point n°7 : QUELQUES PRINCIPES POUR AMELIORER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LA PUBLICITE : non abordé

Point n° 8 : LES EMBALLAGES COMPOSITE

Les briques de lait ou de jus de fruit sont composées d'une couche de carton, d'aluminium et de plastique. Le papier est bien récupéré après broyage (cf la pulpe) mais le plastique et l'aluminium sont envoyés vers une usine de valorisation énergétique des déchets (*UVED – nouveau nom des UIOM : usine d'incinération des ordures ménagères*). La principale marque utilisant ce système est TETRAPAK.

D'une façon générale, les entreprises spécialistes du recyclage souhaite voir aboutir des règles qui interdissent la production des emballages « multicouches » qui limitent leurs possibilités de valorisation effective. I faut promouvoir le système : « 1 emballage/ 1 matière ».

Il appartient aux sociétés de valorisation de faire remonter cette information auprès des pouvoirs publics par l'intermédiaire des structures syndicales et professionnelles.