

# Comment impulser une dynamique de réduction des déchets plastiques sur un territoire ?



smicval

## Nos enjeux

Dans le cadre de sa stratégie IMPACT, véritable bascule du territoire dans une dynamique zero waste, le Smicval s'est fixé pour objectif de réduire les OMR des habitant.e.s de 221 kg à 100 kg par an d'ici 2030. Quatre flux prioritaires de déchets ont été identifiés, dont le plastique. L'objectif est de réduire massivement la consommation et l'émission de déchets plastiques à usage unique associés d'ici à 2030.

- **Réduire la production de déchets plastique à usage unique.** Même si l'on doit recycler davantage et mieux, le recyclage présente des limites et ne résout en rien la problématique sanitaire liée au plastique. Le recyclage n'est pas LA solution magique.
- **Jouer un rôle d'impulseur et de facilitateur** dans la mise en place d'un écosystème qui favorisera l'émergence de solutions de réduction des plastiques à usage unique.
- **Apporter des solutions concrètes et accessibles aux habitant.e.s** du territoire.
- **Faire passer les habitant.e.s de l'envie à l'action** à travers de réels changements de comportements, de mode de vie et de société.

Le plastique est partout et nuit gravement à l'environnement comme à la santé. Le Smicval œuvre localement et nationalement afin de réduire la consommation et l'émission de déchets plastiques à usage unique. »

Sylvain Guinaudie  
Président du Smicval

### Les pistes d'action

- Faciliter le maillage de solutions et d'alternatives concrètes sur le territoire et les rendre accessibles.
- Faire du lobbying à un niveau national (industriels, etc.) et local (grande distribution, etc.) pour demander des changements structurels majeurs.
- Désacraliser le recyclage sans le dénigrer.
- Soutenir les initiatives citoyennes et les acteurs engagés.
- Travailler en synergies avec d'autres structures publiques : communes, EPCI, autres syndicats ...

### Une production en hausse...

**460 millions** de tonnes  **de plastique sont produites chaque année** dont plus d'1/3 pour de l'emballage à usage unique

La production annuelle mondiale pourrait tripler entre 2019 et 2060, passant à 1 230 Mt, sans nouvelle coordination locale, régionale et internationale.

OCDE, 2022

### ... Et toujours plus de déchets

Dans ce scénario, la quantité de déchets passerait

de **353 mt** à **1014 mt** en 2060

Dans le monde, seuls 9 % des déchets plastiques sont recyclés (30 % en France).

### Notre problématique (et sûrement la vôtre !)

Comment agir sur le changement de comportement individuel et collectif afin de réduire la production, la consommation et la pollution plastique sur un territoire ?

Les sciences comportementales nous ont permis de nourrir notre réflexion pour impulser une dynamique de réduction des déchets plastiques en accompagnant le changement de comportement des habitant.e.s. L'enjeu clé ? Agir sur les causes et non sur les conséquences.

## Quelles bonnes pratiques pour changer les comportements autour de la consommation de plastique ?

Le plastique étant très présent dans les modes de vie contemporains, ce sujet recouvre de multiples facettes. Les sciences comportementales permettent de **mieux appréhender la complexité et les multiples dimensions des pratiques liées à la production de déchets plastiques pour fixer nos priorités et dessiner une feuille de route**. Quels sont les enseignements clés à retenir ?



### Comment communiquer efficacement sur la problématique du plastique ?

- Souligner les changements souhaitables/réalisables plutôt que les problèmes et les causes de cette pollution.
- Communiquer sur des changements de pratiques ou process plutôt que sur des objets comme la gourde.
- Valoriser des changements et alternatives faciles qui demandent peu d'effort.
- Ne pas culpabiliser les gens.

### De la sensibilisation au changement de comportement

Même si elles ne suffisent pas à elles seules, les nombreuses campagnes de sensibilisation aux enjeux de la pollution plastique semblent porter leurs fruits. En effet, des études\* révèlent une prise de conscience grandissante de la population vis-à-vis du problème plastique.

\* *Henderson & Green, 2020*

### Quelles campagnes de sensibilisation ont prouvé leur efficacité ?

**Les actions collectives** comme le nettoyage des plages font **prendre conscience des conséquences de la pollution plastique et de la possibilité d'agir**, tout en **facilitant l'émergence de réflexions collectives** profondes via les groupes de bénévoles. Ce succès repose sur le **concept d'efficacité collective** : la perception d'un impact via l'action collective influence ensuite, au niveau individuel, l'engagement et le sentiment d'efficacité. D'autres études\* montrent que **lorsqu'ils touchent la sphère individuelle, les messages de sensibilisation peuvent contribuer à changer les pratiques**, notamment concernant l'impact des microplastiques sur la santé. Cependant la sensibilisation aux enjeux des microplastiques reste particulièrement compliquée à appréhender pour une large portion de la population.

\* *Barbir, Leal Filho, Salvia, Fendt, Babaganov, Albertini & Müller de Quevedo (2021)*

### Pourquoi est-il difficile de passer de l'intention à l'action ?

Sensibiliser ne suffit pas. La prise de conscience ne se transforme pas nécessairement en un engagement dans une dynamique de changement de comportement.

Cela s'explique notamment par le fait que :

- Le plastique est partout dans notre vie quotidienne.
- Il existe un paradoxe entre une conscience partagée du problème lié à la surconsommation de plastique, et ses bénéfices à l'échelle individuelle, perçu non seulement comme pratique mais aussi incontournable.
- Des contradictions et des fausses croyances cohabitent aussi dans les esprits.
- Il n'existe pas toujours de réelle alternative au plastique.



## Les 12 barrières comportementales face à la déconsommation de plastique

<b>Habitudes</b>	N'apporter aucun sacs/récipients pour faire ses courses.
<b>Manque de connaissances</b>	Sur la durabilité d'un type d'emballage par rapport à un autre.
<b>Hygiène</b>	Pour les étalages vrac, manque d'options d'emballages réutilisables.
<b>Propriétés matérielles</b>	Préférence pour les produits emballés dans du plastique en raison des propriétés de ce matériau : légèreté, caractère incassable, résistance à la déchirure.
<b>Autres priorités</b>	Conflit entre les efforts pour réduire la consommation d'emballages plastiques et les exigences imposées par les différents rôles (ex : parent, travailleur) au quotidien.
<b>Le prix</b>	Produits emballés parfois moins chers que les produits sans plastique.
<b>La disponibilité</b>	Majorité des produits d'épicerie proposés dans les supermarchés et les discounters disponibles uniquement dans des emballages en plastique.
<b>Diffusion de la responsabilité</b>	Attribution de la responsabilité de la résolution du «problème du plastique» aux industriels et producteurs
<b>Accessibilité et infrastructures</b>	Les magasins «zéro emballage» ou les marchés de producteurs sont difficiles à atteindre, s'y rendre demande plus de temps et d'efforts que de s'arrêter dans un supermarché.
<b>Temps et structures temporelles</b>	Distance et temps sont des obstacles aux achats sans plastique.
<b>Commodité</b>	Manque de praticité si l'on apporte ses propres contenants dans les magasins.
<b>Culture de consommation</b>	Importance accordée au fait d'avoir une surabondance de références produits en rayon.

Wiefek, Steinhorst & Beyerl, 2021

### Des comportements aux pratiques

Les comportements sont le fruit de l'interaction entre les individus et leur environnement.

L'enjeu est donc de s'intéresser à la fois :

- Aux **mécanismes cognitifs et sociaux** qui les déterminent
- Et à **l'environnement** dans lequel les individus évoluent et dans lequel des pratiques s'ancrent.

En parallèle de cela, le Smicval souligne qu'il est essentiel de travailler à la création d'un écosystème (vrac, consigne...) favorable à l'émergence de solutions concrètes permettant la réduction des plastiques à usage unique.

Il s'agit là de s'attaquer aux causes du problème et non aux conséquences, ainsi que de nourrir l'offre de services disponibles pour les habitants.e.s.

### Comment agir sur le plastique à usage unique ?

Il est possible de faire évoluer des normes sociales profondément ancrées grâce à des stratégies de communication ciblées. Quels points mettre en avant\* ?

La simplicité avec laquelle il est possible d'éviter d'utiliser des objets en plastique à usages uniques, l'impact direct et positif de cet évitement sur l'environnement, et enfin le partage au sein de son groupe social de ces problématiques et d'une volonté d'agir.

## Des pistes d'action face aux déchets plastiques

Plusieurs focus groups et entretiens dirigés avec des usager.ère.s ont permis de **faire émerger des pistes d'action à plus ou moins long terme** sur le territoire du Smicval. Leurs conditions ? **Être spécifiques, mesurables, atteignables et temporelles.**

Ces pistes d'actions sont ainsi venues :

- conforter / valider enrichir des pistes d'actions qui avaient été envisagées par le Smicval
- enrichir des pistes d'actions qui avaient été envisagées par le Smicval
- ajouter de nouvelles pistes d'actions

Ces synergies ont permis d'aboutir à une feuille de route bien établie pour la réduction des plastiques à usage unique pour le territoire. Focus sur 3 d'entre elles.



### Développer une offre de service satisfaisante en alternative au plastique

**Enjeu :** favoriser l'émergence d'une offre de livraison sans emballage avec des récipients réutilisables et consignés.

**Public :** entreprises de livraison, supermarchés, grandes surfaces...

**Pistes d'action :** accompagner la structuration de filières à emporter sans emballage plastique sur le territoire, favoriser le développement d'une expérimentation autour de la consigne.

**Échéance :** moyen terme (entre 1 et 3 ans).



### Créer un label zéro déchet pour la vente à emporter

**Enjeu :** réduire la production de plastique à usage unique générée par le recours grandissant à la vente à emporter.

**Public :** commerçant.e.s proposant de la vente à emporter et de la livraison, ainsi que leurs client.e.s.

**Pistes d'action :** création d'un label "Ici je viens avec mon récipient", accompagnement des commerçant.e.s pour les aider à favoriser l'apport de récipients de la part de leurs client.e.s, campagne de communication autour de ce label pour mettre en valeur les acteurs.rices engagé.e.s.

**Échéance :** court terme (1 an).



### Soutenir une transition de l'offre pour favoriser la consommation de vrac

**Enjeu :** inciter à la consommation de produits en vrac en tissant un maillage territorial pour rendre le vrac le plus accessible possible.

**Public :** producteu.rice.s de la région, entreprises de la grande distribution.

**Pistes d'action :** accompagner les porteurs de projets et l'entrepreneuriat, promouvoir cette filière d'emploi, permettre la création d'espaces vrac communs pour minimiser les déplacements via des coalitions de petits commerçants, favoriser l'expérimentation vrac des acteurs de la grande distribution sur le territoire, faire du lobbying auprès de la grande distribution.

**Échéance :** long terme (au-delà de 4 ans).

# Zoom sur le Manifeste contre les plastiques à usage unique et le suremballage !

Cette action coup de cœur imaginée et déployée par le Smicval illustre bien comment l'engagement d'une collectivité, l'innovation démocratique et les sciences comportementales peuvent rayonner dans un même projet.



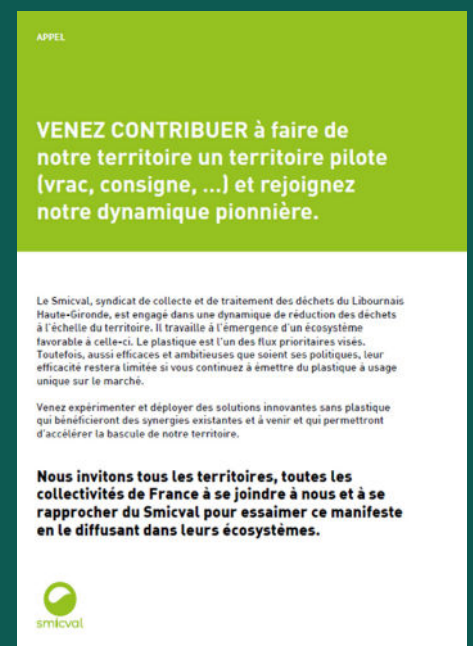
## De quoi parle-t-on ?

- Un Manifeste contre les plastiques à usage unique et le suremballage, action locale à visée nationale.
- 10 propositions d'actions portées au national auprès des industries agroalimentaire, hygiène, cosmétiques et détergents et du secteur de la grande distribution.
- Un projet co-construit avec les acteurs du territoire !
- Un projet co-construit avec une cinquantaine d'habitants, élus et acteurs du territoire lors d'un atelier d'intelligence collective

## Pourquoi ?

Le Smicval, se mobilise avec et pour le territoire contre les plastiques à usage unique et le suremballage !

- Une attente et demande fortes des habitant.e.s et des acteurs.rices du territoire
- Réduire la production, consommation, pollution plastique et la production de déchets associés au cœur des priorités du Smicval
- Une attente du panel citoyen impulsé par le Smicval
- Une urgence sanitaire et environnementale
- S'attaquer aux causes et pas aux conséquences !



Un sujet majeur traité avec sérieux à travers des propositions ambitieuses et diffusé à l'appui d'une campagne de communication pétillante, colorée et décalée.

Pour signer?  
<https://chng.it/k859qstP>

Ce livret est issu d'une série sur l'utilisation des sciences sociales et comportementales et du co-design dans la construction de la politique publique Zero Waste NEO Smicval. Il a été pensé pour capitaliser sur nos apprentissages et diffuser la connaissance sur la compréhension des usages et nos représentations des déchets.

Le Smicval est reconnu comme une collectivité innovante et nous avons à cœur de faire connaître notre démarche et d'échanger avec d'autres collectivités.

Plus que jamais nous avons besoin de sortir des sentiers battus et de faire des pas de côté pour repenser le modèle de gestion des déchets. >>

Sylvain Guinaudie  
Président du Smicval



**Ce document vous a intéressé ? Partagez-le !  
Vous souhaitez recevoir l'intégralité de nos livrets**

**Contactez-nous !  
contact@smicval.fr**



Ce projet est lauréat de l'Appel à défis pour une action publique co-construite avec les usagers et les agents, porté par la Direction interministérielle de la fonction publique (DITP) et financé dans le cadre de France Relance



Financé par

