

APRES 20 ANS DE PROGRES COLLECTIFS,

PRODUIRE AUTREMENT, TRIER MIEUX ET RECYCLER PLUS POUR PRESERVER TOUJOURS PLUS NOS RESSOURCES NATURELLES

En 20 ans, grâce à **l'action commune** des Collectivités locales, élus, entreprises, associations, filières de recyclage, opérateurs, Eco-Emballages et des consommateurs, **40 millions de tonnes d'emballages** ont été recyclés. En 20 ans, la collecte sélective s'est déployée sur **l'ensemble du territoire** et plus de **100 000 emplois** ont été créés. Le tri est entré dans chaque foyer devenant même le **1^{er} geste** de développement durable des Français.

C'est l'émergence de l'idée de responsabilité environnementale dans les années 1980/1990 qui a donné l'impulsion à cette **dynamique collective**. Le développement de la consommation de masse associée à la prise de conscience du caractère épuisable des ressources naturelles et à l'inacceptabilité croissante des décharges ont conduit à **repenser le mode de gestion de nos déchets**. L'emballage ménager, qui n'en représente qu'une part mineure (moins de 1%), devient la partie visible de cette pollution, symbolisant à la fois les progrès liés à la société de consommation mais aussi ses excès.

En France, du côté des industriels, une voix se lève avec Antoine Riboud. Le président-fondateur de Danone affirme, dans un rapport qu'il remet le 27 juin 1991 à Brice Lalonde, ministre de l'écologie, la **volonté des industriels d'assumer leur responsabilité environnementale** en développant le recyclage et la valorisation énergétique des emballages.

Les grands principes présidant à la création d'Eco-Emballages et de sa filiale Adelphe sont posés : les entreprises contribuent financièrement pour chaque emballage mis sur le marché à travers une société privée sans but lucratif qu'ils créent pour les représenter collectivement, les collectivités locales mettent en place la collecte et le tri, les industriels s'engagent à recycler tous les matériaux, l'Etat fixe les objectifs et contrôle l'application de la réglementation.

Eco-Emballages est un **pari audacieux**. **Coopération inédite** entre les sphères publiques et privées, **mutualisation** des ressources des entreprises qui pour cette **mission d'intérêt général** sortent des schémas purement concurrentiels, investissement financier dans un dispositif dont on ignorait alors l'efficacité future, autant de contre-pieds innovants aux logiques habituelles qui ont ancré la modernité du modèle.

Et cela a marché, le recyclage est devenu un **phénomène de société**. Les entreprises, au nom du principe de la responsabilité élargie du producteur, permettent aux consommateurs d'éviter une pollution en mettant à leur disposition un dispositif de recyclage. La responsabilité des entreprises en tant que metteur en

marché est engagée, celle du consommateur en tant qu'utilisateur l'est également au titre du principe de pollueur/payeur.

Une bonne partie du chemin a été faite, beaucoup d'**innovations de rupture** ont déjà été réalisées. Nous avons montré que la consommation peut ne pas être synonyme de gaspillage, que l'on peut avoir **confiance dans la citoyenneté** du consommateur et qu'associé à lui les entreprises peuvent créer de la valeur sociétale, que le recyclage et le tri sont des solutions d'avenir, génératrices d'emplois et la matière recyclée une véritable alternative aux ressources naturelles.

Mais il reste beaucoup à mettre en œuvre. **Ce n'est qu'un début !** Car le plus important est devant nous. Les défis que nous offre l'avenir sont imposants et passionnants : le tri en habitat urbain dense, le recyclage et la valorisation de tous les plastiques, les technologies modernes de tri, la recherche de nouvelles utilisations des matériaux recyclés, la réduction du poids des emballages, la sensibilisation du plus grand nombre avec l'aide des associations, autant d'enjeux majeurs pour atteindre 75% de recyclage, **garantir un accès au tri** pour tous et **réduire l'impact environnemental** des emballages. Gardons le cap, poursuivons nos efforts, car ce sont toujours les derniers échelons qui sont les plus difficiles à gravir !

Nos singularités sont notre force, en rassemblant nos énergies, en mutualisant nos efforts, en renforçant les synergies, nous avons les moyens de lier progrès économique et progrès environnemental, de **faire rimer efficacité et intérêt général**.

A nous de faire que les **20 ans qui viennent** soient à la hauteur des 20 ans de progrès que nous venons d'accomplir ensemble. Avec chacun des acteurs du dispositif, nous agissons pour **préserver les ressources naturelles** car avec le **Point Vert**, chacun d'entre nous est devenu **l'aile de papillon** qui peut changer le cours des choses.

Et vous, quel est votre engagement pour faire évoluer le tri et le recyclage ?

- **Fourniture du dispositif de tri à chaque habitant :** favoriser le recyclage du verre avec la densification des colonnes verre sur 3 zones tests puis généralisation en fonction des résultats constatés
- **Implication des relais :** mobilisation des bailleurs et syndicats dans la sensibilisation des habitants
- **Sensibilisation des enfants :** mise en ligne d'un jeu internet à destination des enfants de cycle 3
- **Mobiliser la population sur le tri des emballages ménagers :** réinvestir les soutiens supplémentaires reçus d'Eco-Emballages sur les standards expérimentaux pour faciliter le geste de tri

Monsieur

Agissant pour le compte de :

Signature :

ANNEXE

Cette annexe permet d'inscrire les données clefs de la mise en œuvre de vos engagements (chiffres, dates, types de support utilisés...).

☐ Fourniture du dispositif de tri à chaque habitant

Objectifs (stratégique, territorial) :

La CU Marseille Provence Métropole s'engage à faciliter le tri du verre sur son territoire par la mise en œuvre d'une optimisation du parc de colonnes (objectif : 1 colonne pour 500 habitants) et d'une communication ciblée. Ce plan d'actions sera initié sur 3 zones d'excellence qui serviront de modèle à des fins de généralisation sur le reste du territoire : « 2013, année du verre »

Mise en œuvre (modalités) :

Sur les 3 zones de test (2 arrondissements de Marseille et 1 commune hors Marseille) représentant 200 000 habitants, différentes actions seront mises en œuvre de façon concomitante :

- **Mobilisation des élus de proximité concernés par les élus de MPM**
- **Ajustement du parc : rajout de 60 PAV, remplacement des PAV dégradés, mise à jour de la signalétique, déplacement de PAV peu productifs ciblés, etc.**
- **Communication de proximité : sensibilisation en porte-à-porte par les éco-ambassadeurs de MPM sur 20 zones sous-performantes et bien desservies.**
- **Mobilisation de 12 magasins de la grande distribution avec l'appui d'Eco-Emballages pour la mise en œuvre d'actions spécifiques sur le verre avec eux**
- **Communication sur le recyclage du verre dans les supports de MPM**

Cette démarche sera ensuite capitalisée pour l'optimisation du plan d'actions Verre à l'échelle du territoire communautaire.

Dates/Délais :

Mise en œuvre du plan d'actions sur les 3 zones test sur le 1^{er} semestre 2013

Bilan partagé MPM – Eco-Emballages septembre 2013

Généralisation de la démarche sur 2013 et 2014 (potentiel + 322 PAV).

☐ **Implication des relais**

Objectifs (stratégique, territorial) :

Mobiliser les bailleurs sociaux et syndics de copropriétés pour améliorer les performances de tri des déchets en mettant en place une communication commune MPM/bailleurs-syndics afin de sensibiliser les habitants et diffuser le bon message

Mise en œuvre (modalités) :

- **Présentation de la démarche de MPM auprès des bailleurs et fédération de syndics de copropriété du territoire**
- **Définition d'un plan d'actions spécifique avec 10 partenaires (bailleurs-syndics) volontaires**
- **Sensibilisation des gardiens au tri par les éco-ambassadeurs**

Dates/Délais :

Définition des plans d'actions avec les bailleurs-syndics volontaires au cours du premier semestre 2013

Déploiement des sessions de sensibilisation des gardiens sur 2013

Evaluation de ces actions sur les résultats sur les secteurs mobilisés fin 2013

☐ **Sensibilisation des enfants**

Objectifs (stratégique, territorial) :

La sensibilisation des enfants sur la gestion des déchets, dont le tri, est un bon complément à la communication globale. La mise en place d'un jeu permettrait cette sensibilisation grâce à un outil ludique et pédagogique.

Mise en œuvre (modalités) :

- **Analyse des jeux existants sur cette thématique et des besoins lors des actions de sensibilisation des enfants des écoles primaires du territoire**
- **Lancement d'un marché de conception du jeu et déploiement**

Dates/Délais :

Fin 2012 : Lancement marché de conception du jeu

2013 : Création et mise en ligne sur internet

2013-2014 : promotion de ce jeu auprès des enfants et enseignants des écoles primaires du territoire

☐ **Mobiliser la population sur le tri des emballages ménagers**

Objectifs (stratégique, territorial) :

Réinvestir les soutiens supplémentaires reçus d'Eco-Emballages, liés aux standards expérimentaux, dans la mobilisation des habitants sur le geste de tri.

Promotion du site internet dans nos supports de communication pour informer sur les solutions de tri à disposition des habitants.

Mise en œuvre (modalités) :

Ces soutiens supplémentaires permettront de financer:

- **La poursuite du marché de prestation d'éco-ambassadeurs externalisés**
- **L'achat de contenants (PAV, bacs jaunes) pour améliorer le maillage du territoire**
- **Les actions de promotion du tri**
- **Un test de déploiement dans l'hyper centre ville de conteneurs de regroupement OMR, verre et bi flux prototypes de grand volume**

Dates/Délais :

Dès réception des financements supplémentaires de l'année N ils seront mobilisés sur l'année N+1, et cela sur la période 2012-2014.

Monsieur

Agissant pour le compte de :

Signature :