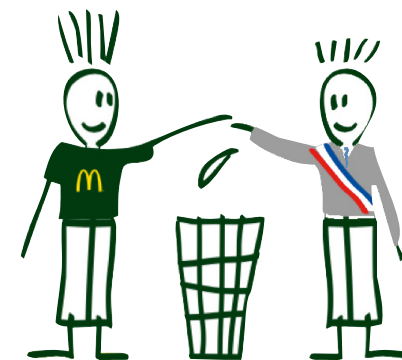


VILLES
de FRANCE
VILLES & AGGLOMÉRATIONS



Les déchets dans la ville : un enjeu collectif

La propreté des espaces publics... un enjeu pour chaque ville



Le constat : un niveau d'attente important de la part des citoyens

L'étude réalisée par BVA en mai 2010 sur les principales attentes des citoyens vis-à-vis des services publics confirmait déjà la place centrale de l'environnement, et notamment la propreté urbaine et la gestion des déchets. La tendance s'est confirmée et l'exigence de propreté urbaine est devenue une attente majeure et légitime de la population.

Pour y répondre, les villes mettent en œuvre de nouveaux dispositifs et de nouveaux équipements, coordonnent leurs actions sur le terrain avec l'intercommunalité qui a en charge la collecte des déchets et mettent en place des outils d'évaluation des prestations et de la satisfaction de leurs habitants. Par ailleurs, c'est une évidence, les collectivités ont besoin du soutien et du

civisme des citoyens qui peuvent, par leur comportement, contribuer à rendre la ville plus agréable. Mais, pour parvenir à cet objectif de ville propre il est également nécessaire d'associer l'ensemble des acteurs locaux, au premier rang desquels figurent les entreprises.

De nombreux partenariats existent aujourd'hui avec les restaurateurs et les commerçants de proximité pour atteindre cet objectif d'une ville propre. Ce travail conjoint permet une bonne gestion des conditions du nettoyage des espaces publics. Ce travail partenarial vise à limiter l'accroissement des coûts, à améliorer la qualité de vie, et à prévenir le mécontentement de la population.

Plus que jamais, la propreté est l'affaire de chacun d'entre nous.



**Déchets :
Soyons plus performants
ensemble !**

Exemple d'une solution collaborative : Le Programme Emballages Abandonnés



Les déchets sur la voie publique génèrent des nuisances visuelles pour les passants, les riverains et la ville.

Fort de ce constat le SNARR (Syndicat National de l'Alimentation et de la Restauration Rapide) a signé en 2008 une charte nationale avec l'AMF (Association des Maires de France) appelé « Programme Emballages Abandonnés ».

Ce programme vise à mettre en place des partenariats entre les enseignes de restauration rapide et les collectivités locales afin d'unir leurs efforts pour réduire ces nuisances.

Depuis 2008, McDonald's déploie cet ambitieux programme sur tout le territoire.

Les 4 axes du Programme Emballages Abandonnés

1. Réduire le volume et le nombre des emballages

En 2008, McDonald's a conçu de nouveaux emballages «vente à emporter», moins nombreux, plus légers et très faciles à compacter, pour être jetés plus facilement dans des corbeilles et des poubelles publiques de taille standard. Les équipiers des restaurants sont également formés à distribuer aux clients « juste ce qu'il faut » (serviettes, sauces...).

2. Création d'une poubelle « sur mesure »

McDonald's a élaboré une poubelle extérieure de grande capacité et à l'ouverture large placée à la sortie des parkings. Elle permet au conducteur de jeter directement ses emballages sans sortir de sa voiture. En coordination avec les collectivités locales, la nouvelle poubelle peut être implantée sur la voie publique dans des endroits où les emballages abandonnés sont les plus abondants.

3. Ensemble, associons nos efforts

Chaque restaurant a mis en place un plan de propreté pour le ramassage des déchets abandonnés autour du restaurant. Dans certains restaurants, un éco-équipier effectue un ramassage régulier sur un périmètre plus vaste avec un véhicule propre (tricycle, voiture électrique...). Les plans de ramassage sont optimisés en coordination avec les collectivités locales.

4. Ensemble, renforçons les actions de sensibilisation

La lutte contre les emballages abandonnés n'est réellement possible qu'en obtenant une évolution durable des comportements des citoyens. Pour accompagner cette évolution, des supports de sensibilisation sont mis en place en restaurant. Des campagnes d'affichage peuvent également être réalisées en partenariat avec les collectivités locales pour toucher un public plus large.

3 questions à ...

M. Claude Sturni, député-maire de Haguenau, président de la Communauté de Communes de la Région de Haguenau, compétent en matière de propreté sur la voie publique

Comment avez-vous accueilli la démarche de McDonald's ?

La Communauté de Communes de la Région de Haguenau (CCRH) est engagée dans une politique visant à concilier le développement économique et l'aménagement du territoire, tout en préservant le cadre de vie et l'environnement. Cet engagement se traduit par des actions concrètes et souvent innovantes. La démarche volontariste d'André Cattier et de McDonald's a donc été naturellement accueillie avec un grand intérêt par notre collectivité. Le développement durable ne peut être l'affaire des seules collectivités publiques. La mobilisation d'un maximum d'acteurs locaux s'impose pour produire des résultats probants.

Comment se passe concrètement ce partenariat ?

Le partenariat noué entre les restaurants McDonald's de Haguenau et la CCRH est fondé sur une convention qui détaille toute une série de bonnes pratiques et d'actions concrètes. Ainsi, les deux parties s'engagent à adapter le mobilier dédié à la collecte des déchets et à renforcer l'efficacité des collectes de déchets abandonnés, en complémentarité entre le franchisé et la collectivité. Un exemple concret de ce travail main dans la main : les agents de la CCRH assurent le vidage des nouvelles poubelles « service au volant » qui ont été financées par McDonald's et installées par la CCRH dans un rayon de 400 mètres autour d'un restaurant. De manière générale, une procédure de veille, visant au suivi de l'action et à son optimisation, a été mise en place entre McDonald's et la CCRH. En effet, au-delà des moyens, il est essentiel que nous nous donnions des obligations de résultats.

Comment souhaitez-vous aller plus loin ?

La convention entre la CCRH et McDonald's est conclue pour une durée de 5 ans. Nous nous inscrivons donc dans une démarche de long terme, pour nous donner toutes les chances, avec notre partenaire, de faire bouger les choses de façon significative et durable. Une bonne communication est nécessaire pour inciter au changement des comportements et responsabiliser les clients de la restauration rapide. Nous allons donc sans cesse rechercher, avec McDonald's, les meilleures solutions pour faire passer le message. De la même façon, la CCRH va continuer à rappeler la réglementation et le régime de sanctions liées aux incivilités d'abandon de déchets. Les opérations de sensibilisation publique, comme le grand nettoyage de printemps, auquel participe activement notre partenaire, vont se poursuivre. Et puis, évidemment, ce premier partenariat avec McDonald's doit servir à initier des actions similaires avec d'autres acteurs de notre territoire.

M. André Cattier, Franchisé de Haguenau, signataire du Programme Emballages Abandonnés avec la mairie de Haguenau en novembre 2014

Pourquoi avez-vous souhaité mettre en place ce programme ? Comment cela s'est passé ?

En tant qu'acteur économique local, j'essaie au maximum de m'engager auprès de ma commune. Mon rôle de chef d'entreprise ne s'arrête pas aux portes de mon restaurant. L'activité de la restauration rapide crée des déchets qui sont de véritables nuisances environnementales et visuelles pour la ville, il était selon moi de notre devoir de faire quelque chose. Entretenant de bonnes relations avec la mairie de Haguenau, il a été relativement simple de les informer de notre engagement en faveur des déchets. Dès que j'ai eu l'opportunité de leur présenter le Programme Emballages Abandonnés que McDonald's déploie dans ses restaurants, ils ont répondu favorablement à notre proposition. Après quelques aller-retour nous avons décidé d'unir nos efforts autour de cette charte « gagnant/ gagnant » pour réduire efficacement les nuisances visuelles dans la ville.

Comment cela se traduit au quotidien ?

Depuis maintenant 6 mois, nous avons établi un circuit de ramassage des déchets en collaboration avec la mairie pour optimiser les parcours. En concertation avec la mairie, nous avons installé deux nouvelles poubelles et nous sommes en discussion pour lancer une campagne de sensibilisation auprès des habitants de Haguenau.

Votre engagement en faveur de l'environnement va au-delà de ce programme, quel est-il ?

Fort de nos ambitions nationales en faveur de l'environnement, nous mettons énormément de choses en place pour limiter notre impact environnemental. Par exemple, un plan d'allumage spécifique est mis en place dans nos restaurants pour réduire nos consommations énergétiques. Nous avons un logiciel « ecoprogress » qui nous permet de suivre nos consommations énergétiques et de piloter efficacement notre restaurant. Dans les restaurants, j'ai ce qu'on appelle un référent ecoprogress dont la mission est de gérer nos consommations énergétiques le mieux possible. Depuis que nous avons ce système, j'ai vu ma consommation baisser de manière significative.

Par ailleurs plus concrètement à Haguenau, j'espère pouvoir lancer prochainement avec la mairie une campagne d'affichage pour sensibiliser à de meilleurs usages. Il est de la responsabilité de chacun de ne pas laisser traîner les déchets partout.

Et bien sûr, nous soutenons beaucoup d'initiatives locales comme par exemple récemment le grand nettoyage de printemps où nous avons prêté main forte aux organisateurs. Si nous pouvons faire avancer les choses et nous associer à des démarches en faveur de l'environnement, nous le faisons avec plaisir !

Pour aller plus loin : le tri et le recyclage sont l'affaire de tous à tous les niveaux



80 %

des emballages remis aux clients des restaurants sont recyclables

92 %

de nos clients déclarent attendre le tri en restaurant

Source : Observatoire du Développement durable / Ifop 2013

1 - Eco-Emballages assure depuis 1992 le pilotage du dispositif national de tri et de recyclage des déchets d'emballages ménagers.

Une réflexion avancée par McDonald's

« Les déchets sont le premier sujet sur lequel nous nous sommes investis dès 1992 », rappelle Delphine Smagge, vice-présidente Développement durable et Relations extérieures de McDonald's France. « Le tri correspond à une attente prioritaire de nos clients et le dispositif que nous avons mis au point en collaboration avec Eco-Emballages¹ est la dernière étape d'une stratégie qui va de l'optimisation des emballages à la source jusqu'à la valorisation des déchets, sans oublier les emballages abandonnés sur la voie publique. Nous visons une traçabilité totale et un haut niveau de recyclage effectif. » Plus de 80 % des emballages remis aux clients des restaurants sont recyclables. Le contenu d'un plateau, une fois séparé des restes alimentaires (liquides, sauces, aliments...), peut être traité dans un centre de tri qui isolera le plastique, le carton, le papier et l'aluminium pour que chaque matériau soit valorisé dans une filière spécialisée. Ce constat aboutit à un geste de tri simple, paramètre indispensable à la participation des consommateurs.

Évaluer et ajuster

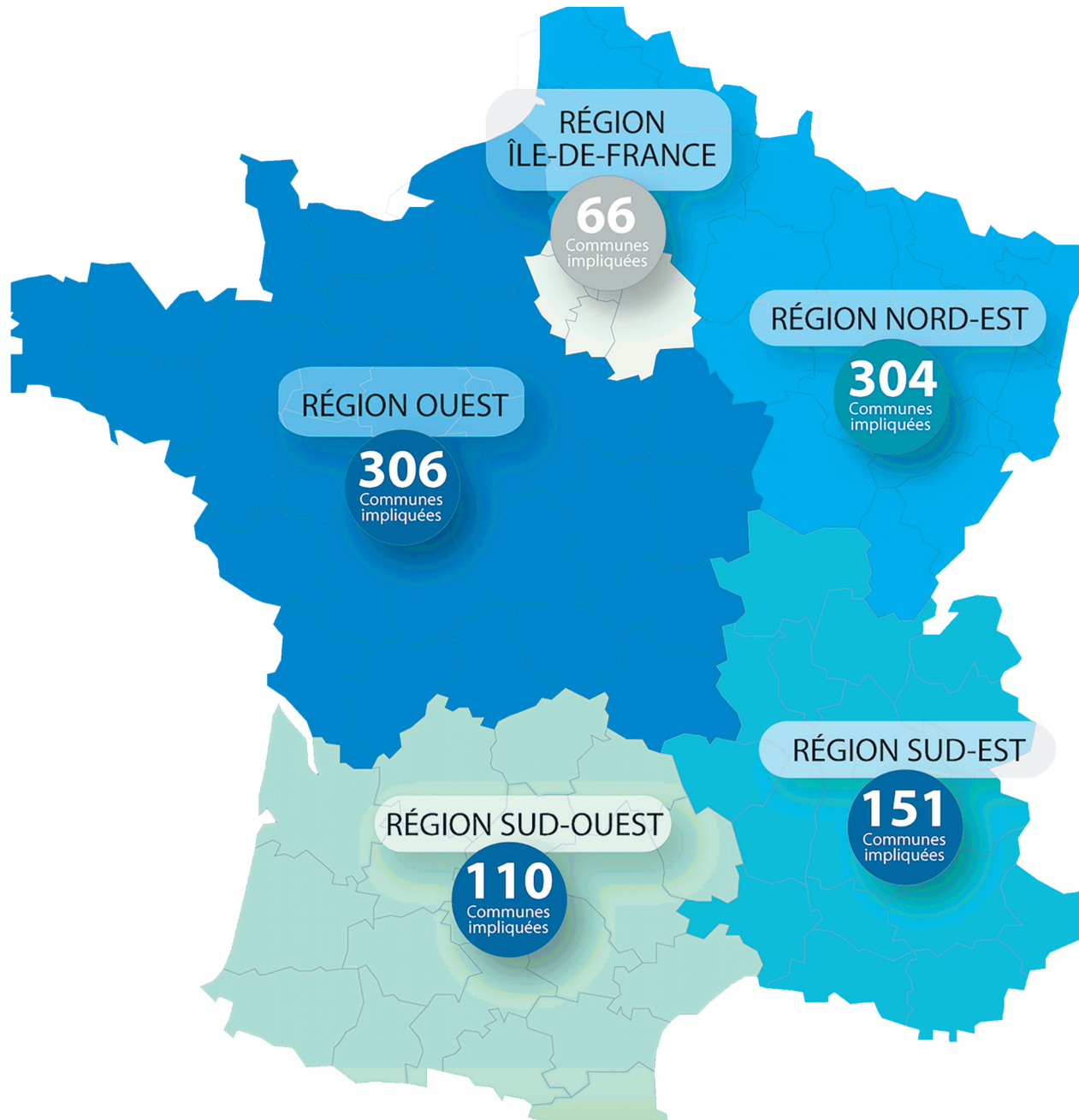
Le dispositif que nous déployons prend en compte la diversité des territoires dans les modalités pratiques d'organisation de la collecte et du recyclage. Nous pouvons envisager ensemble deux axes de partenariat : - une étude sur la faisabilité d'une col-

lecte publique ; - des actions de communication pour sensibiliser les consommateurs au tri et à la gestion des déchets.

Quel que soit le contexte de votre collectivité, une solution partenariale est possible. Construisons-la ensemble ! Côté cuisine, outre les huiles de friture usagées et les cartons dont la collecte et la valorisation sont déjà en place depuis plusieurs années, le dispositif prévoit de valoriser les déchets alimentaires en méthanisation.

« Les consommateurs qui font ce geste de tri doivent avoir la garantie que tout est mis en œuvre pour assurer son efficacité environnementale », souligne Éric Brac de la Perrière, directeur général d'Eco-Emballages. « McDonald's est en quelque sorte un "défricheur" du développement du tri dans la restauration moderne. La démarche nous semble intéressante à deux niveaux. D'une part le gisement potentiel de matières à recycler dans les restaurants peut contribuer à préserver les ressources, lutter contre le gaspillage en France. D'autre part, compte tenu du grand nombre de consommateurs auquel l'enseigne s'adresse, elle participera à la promotion du geste de tri qui est de la responsabilité des consommateurs aussi bien à domicile que dans les lieux publics. »

Avec plus de 1 300 restaurants répartis dans plus de 1000 communes françaises McDonald's dispose d'un potentiel important d'emballages à recycler et est un acteur mobilisé pour la promotion du tri. Ce dispositif récent est actuellement en cours de déploiement.



A propos de McDonald's France (données à fin 2014)

McDonald's est implanté en France depuis 1979. La filiale française dispose de 1 340 restaurants répartis dans 1026 communes françaises. Avec 4,57 milliards d'euros HT de ventes totales sous enseigne en 2014, celles-ci ont progressé de 2,6 % par rapport à 2013. Près de 2 millions de repas sont servis chaque jour sous enseigne. 47 restaurants ont ouvert en 2014. Plus de 72 000 salariés sous enseigne.

Villes de France

Présidée par Caroline Cayeux, sénateur-maire de Beauvais, Villes de France, association d'élus pluraliste, (forte de 25 ans d'action, sous son ancienne dénomination de Fédération des villes moyennes) représente et accompagne les villes et agglomérations de taille infra-métropolitaine du territoire national dont elles forment l'armature urbaine. Elle regroupe ainsi près de la moitié de la population française.

Villes de France porte l'identité de ces territoires et défend leurs intérêts dans les débats de l'aménagement du territoire. Villes de France informe ses adhérents, réalise les études dont ils ont besoin, organise les événements qui les font connaître, valorise les positions communes sur les sujets majeurs pour la « qualité de ville ».



Agathe Coustaux
Tél. : 01 58 47 95 35
courriel : agathe.coustaux@havasww.com



94 rue de Sèvres
75007 Paris - France
Tél. : +33 1 45 44 99 61
courriel : contact@villesdefrance.fr

www.villesdefrance.fr