

Littering, déchets, recyclage: faits et arguments du commerce de détail

Dossier destiné aux décideurs politiques

Etat: octobre 2013

1. Introduction

La Suisse possède un système de recyclage particulièrement performant: à l'échelle européenne, elle affiche des taux de récupération susceptibles de battre tous les records pour quasiment tous les matériaux.

	Taux ¹⁾	Organisation
Verre	96% ¹⁾	Vetroswiss
Boîtes en alu	92% ¹⁾	IGORA (Coopérative pour le recyclage de l'aluminium)
PET	81% ¹⁾	PRS (PET-Recycling Schweiz)
Papier/carton	88% ²⁾	Recyclage papier + carton
Piles	72.5% ¹⁾	Inobat (Organisation d'intérêt pour l'élimination des piles)
Appareils électriques	16,7 kg par habitant ^{2) 3)}	SENS et Swico

¹⁾ Chiffres de 2012

²⁾ Chiffres de 2011

³⁾ Avec cette valeur, la Suisse est en tête de tous les pays européens; l'objectif actuellement poursuivi par l'UE est de 4 kg par an et par habitant (communiqué de presse de SENS, juillet 2011).

En dépit – ou justement à cause – de ce succès de la Suisse dans le recyclage de vieux matériel, de plus en plus d'interventions sont déposées tant dans les cantons qu'au niveau de la Confédération appelant de nouvelles prescriptions légales pour réduire les déchets ou multiplier les efforts de recyclage.

Dans le cadre de la problématique des déchets, un vaste débat s'est développé ces dernières années sur le littering, une pratique qui consiste à jeter des détritiques dans les espaces publics et qui représente un véritable problème pour le commerce de détail. Ce dernier est en effet souvent concerné par le littering sur ses sites et souhaiterait lui aussi que les centres-villes restent propres.

Les milieux politiques de tous bords regorgent d'idées sur ce qu'il faudrait faire. Toutefois, du point de vue du commerce de détail, rares sont les propositions adaptées à la situation actuelle. L'argumentaire ci-après présente un aperçu d'arguments et de faits susceptibles de contribuer à dépassionner le débat qui tourne autour du volume des déchets, des potentiels de recyclage et de la problématique du littering. L'accent est mis sur les positions du commerce de détail: nous estimons, en tant que partenaires privés des pouvoirs publics, être en droit d'affirmer que nous avons contribué de manière déterminante au grand succès de la politique environnementale suisse au cours des 20 dernières années.

La CI CDS

La Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS) regroupe six entreprises suisses - Charles Vögele, Coop, Denner, Manor, Migros et Valora - dont elle défend les intérêts économiques communs. Un groupe de travail de la CI CDS se consacre activement aux questions des déchets, du recyclage et du littering.

2. Littering: causes et faits

L'argumentaire concernant le littering repose sur les faits ci-dessous:

- Le terme littering désigne l'action d'abandonner des déchets sur la voie publique.
- La plupart des consommateurs éliminent correctement leurs déchets: seule une minorité de la population jette ses débris par terre, engendrant ainsi des frais de nettoyage et d'élimination. Il est à noter que seulement 13% des articles à emporter sont effectivement consommés dans les espaces publics.
- Selon une étude mandatée par la CI CDS¹, un peu plus de la moitié (56%) des débris abandonnés dans les espaces publics peuvent être attribués aux produits à emporter. Les 44% restants sont constitués de journaux (gratuits) et de dépliantes pour 25% et d'autres débris (paquets de cigarettes, morceaux divers et déchets organiques) pour 19%.
- Seuls 30% des déchets abandonnés dans les espaces publics proviennent de produits achetés chez les grands distributeurs (c'est-à-dire les membres de la CI CDS). Il importe donc qu'outre le commerce de détail, les autres distributeurs de produits à emporter (chaînes de fast food, boulangeries, boucheries, etc.) ainsi que l'industrie du tabac et les éditeurs de journaux gratuits soient eux aussi impliqués dans la recherche de solutions.
- Seuls 16%² du littering sont à mettre sur le compte des emballages de boissons: Une consigne sur ceux-ci ne résoudrait donc pas le problème³.
- Le littering étant très dépendant du lieu et de la saison, une réglementation à l'échelle suisse ou une loi au niveau fédéral n'auraient aucun sens.
- L'OFEV estime que le littering coûte actuellement aux communes environ 150 millions de francs pour le nettoyage des espaces publics et 50 autres millions pour celui des transports publics. Cette pratique entraîne également des frais d'élimination et de nettoyage dans le domaine privé (surfaces agricoles, piscines, centres commerciaux).

¹ Kropac, M.; Berger, T.; Heeb, J.: *Littering und Detailhandel. 2007*, seecon GmbH sur mandat de la CI CDS, Wolhusen/Aarau. Les déchets de petite taille (pailles, mégots, etc.) ne sont pas pris en compte dans cette étude.

² Kropac, M.; Berger, T.; Heeb, J.: *Littering und Detailhandel. 2007*, seecon GmbH sur mandat de la CI CDS, Wolhusen/Aarau.

³ Voir argumentaire de la CI CDS contre l'initiative parlementaire du conseiller national Alois Gmür «instauration d'une consigne sur les boissons en canettes et en bouteilles», février 2013: http://www.igdhs.ch/dechets_recyclage.html.

3. Frais engendrés par le littering

Tout le monde s'accorde pour dénoncer les effets négatifs du littering: pollution des (centres-) villes et des surfaces agricoles, atteinte à l'image de propreté de la Suisse et nécessité d'éliminer ces déchets indésirables. Même si le chiffre de 150 millions de francs peut être remis en question⁴, l'élimination des déchets jetés dans les espaces publics entraîne incontestablement des frais importants.

Lutter contre le littering plutôt que financer les opérations de nettoyage

A l'heure actuelle, les discussions et les efforts menés par les administrations municipales visent principalement le financement de l'élimination des emballages issus du littering.

- Initiatives parlementaires actuelles au niveau fédéral
 - Motion Bruderer: "Abandon de déchets sur la voie publique. Base légale pour l'introduction d'une taxe"
 - Initiatives du conseiller national Alois Gmür: initiative "Instauration d'une consigne sur les boissons en canettes et en bouteilles" rejetée par le Parlement, nouvelle initiative pour l'instauration d'une taxe de 10 centimes sur les emballages de boissons
 - Motion Semadeni: augmentation du taux de recyclage fixé par la loi (90% au lieu de 75%) pour le verre, l'aluminium, et le PET; le Conseil fédéral recommande de rejeter cette motion
 - Initiative parlementaire Bourgeois: fixation d'amendes sur le littering dans la LPE
- Proposition de l'Union des villes suisses: instauration d'une contribution d'un centime sur les emballages de boissons et les cigarettes
- Nouveau modèle de la ville de Berne en matière de taxe sur le littering

Toutes ces propositions, à l'exception de l'initiative parlementaire Bourgeois, n'apportent aucune contribution à la lutte contre le littering et créent de nouvelles injustices. Le principe de causalité n'est en effet pas appliqué:

- Les modèles présentés partent du principe que tous les emballages seront jetés dans les espaces publics et engendreront des frais de nettoyage.
- Les consommateurs qui éliminent correctement leurs emballages et les entreprises innovantes qui font des efforts et prennent des mesures sans y être obligées sont punis au même titre que les autres.
- Les taxes prélevées uniquement sur les emballages (contribution d'un centime) financent les frais d'élimination des déchets jetés dans les espaces publics sans que d'autres responsables du littering ne prennent part à ces frais. Certains modèles accentuent cette injustice en ne taxant par exemple que les emballages de boissons. Pourquoi une

⁴ L'étude de l'OFEV donne une marge d'erreur d'environ +/- 50% quant aux montants calculés.

personne qui donne ses bouteilles en verre ou en PET ou ses boîtes en aluminium à recycler devrait-elle payer une taxe sur le littering?

- Une taxe anticipée sur le littering pourrait même inciter à jeter les emballages usagés sans considération puisque leur collecte et leur élimination seraient déjà financées.

Le contexte général concernant les coûts d'élimination des déchets n'est pas non plus pris en compte. En effet, d'un côté la révision de l'ordonnance sur le traitement des déchets risque de faire perdre aux communes plus de 150 millions de francs suisses (estimation de l'organisation Infrastructures communales) du fait de la libéralisation dans le domaine des déchets industriels, et de l'autre, l'instauration d'une taxe sur le littering doit générer de nouvelles recettes.

4. Initiatives des distributeurs contre le littering

Depuis des années déjà, les distributeurs prennent des initiatives à différents niveaux afin de résoudre le problème du littering.

Efforts financiers

- Les membres de la CI CDS consacrent aujourd'hui déjà approximativement plus de 22 millions de CHF au total par an à des mesures concernant directement l'abandon de déchets sur la voie publique, telles que le nettoyage des zones à l'entrée et autour des magasins, le vidage des poubelles hors des points de vente ainsi que le financement des infrastructures de collecte des bouteilles en PET et de l'aluminium dans les espaces publics par la taxe de recyclage anticipée (TRA) et l'apport de fonds pour des campagnes anti-littering.
- Dans le cadre de leur engagement dans le domaine du recyclage, bouteilles de lait et bouteilles en PET notamment, les membres de la CI CDS investissent en outre plus de 40 millions de CHF par an (y compris bornes de recyclage, logistique, etc.). Les dépenses totales en faveur de mesures anti-littering directes ou indirectes atteignent ainsi jusqu'à 65 millions de CHF par an.
- Les distributeurs participent financièrement aux campagnes anti-littering que mène avec succès leur partenaire IGSU (Communauté d'intérêts pour un monde propre). Le secteur privé vient d'ailleurs de doubler les contributions qu'il verse à cette organisation.

Coopérations locales:

Dans différents cantons et villes (Bâle, Lucerne, Dietikon, Thurgovie, Zurich), des accords de coopération adaptés aux conditions locales ont été conclus ou sont sur le point de l'être entre les autorités et les distributeurs de produits à emporter:

- 1) Les points de vente s'engagent à nettoyer leurs environs et à vider les poubelles. Il s'agit là de conventions volontaires et localement limitées.

- 2) Des ambassadeurs anti-littering invitent aimablement le public à avoir un comportement responsable (en collaboration avec l'IGSU).
- 3) Manifestations recommandées et sponsorisées par Coop et Migros pour éviter les déchets: "Le réutilisable" et "Tranches de pain", sur le modèle des recommandations ou consignes des villes pour les manifestations dans les espaces publics.
- 4) Chaque fois que c'est possible, les points de vente créent de plus en plus de possibilités de consommation sur place, de manière à ce que les produits ne soient pas emportés dans les espaces publics. Le principal obstacle est ici le taux de TVA, qui n'est pas le même selon que le produit est vendu et consommé dans la rue ou dans le magasin.
- 5) Plusieurs projets pilotes, comme l'utilisation de gobelets isothermes et de vaisselle réutilisables dans les points de vente, peuvent également être généralisés.

Ces propositions de solutions volontaires conduiront plus aisément au but que le prélèvement de taxes injustifiées qui, en fin de compte, pénalisent tous les consommateurs, même ceux qui éliminent correctement leurs déchets.

La nécessité d'un échange constructif

Pour lutter contre le littering, une action coordonnée est plus efficace qu'une multitude de dispositions cantonales et communales différentes. C'est pourquoi la CI CDS a salué expressément la décision de l'OFEV d'instituer une table ronde sur le littering conçue comme une plate-forme d'échange constructif entre tous les acteurs du domaine.

5. Prestations des distributeurs concernant les déchets et le recyclage

Les entreprises de commerce de détail luttent depuis des décennies à tous les niveaux pour éviter la prolifération des déchets et optimiser les emballages. Si, avec son système de recyclage, la Suisse est un exemple au niveau européen, c'est notamment parce que le commerce de détail fournit de remarquables prestations sur une base privée.

- Au cours des dernières décennies, le commerce de détail a participé intensivement à l'élaboration des **bases scientifiques et des écobilans** qui ont permis d'évaluer les emballages en fonction de leur compatibilité écologique.
- Les **négociations avec les fournisseurs** sont menées dans le souci d'obtenir que le matériel d'emballage puisse être réduit au minimum. De plus, on s'assure chaque fois que c'est possible que les matériaux utilisés sont compatibles avec le système de recyclage de manière à ce qu'ils puissent effectivement être recyclés.
- Le commerce de détail met à disposition les **infrastructures de collecte et de logistique nécessaires pour de gros volumes** de façon à permettre de recycler le plus possible de catégories de déchets et de boucler le cycle des matières. Dans les magasins de Coop et de Migros par exemple, 80-90% des bouteilles en PET vendues sont reprises pour être recyclées. Ce qui permet de dépasser nettement le taux de recyclage de 75% fixé au niveau suisse par la Confédération.

- Pour de nombreux déchets tels que les bouteilles en PET, les piles, les appareils électriques, etc., les distributeurs renvoient les déchets déposés par les clients des magasins aux centrales d'exploitation. Une véritable **logistique des retours** grâce à laquelle ils contribuent à entretenir des systèmes d'élimination rationnels et écologiques, car les retours aux centrales d'exploitation font déjà partie du système.
- Le commerce de détail collabore activement avec **l'OFEV, l'Union des villes suisses et les organisations de recyclage** et participe à leurs groupes de travail, comités et commissions. Grâce au fait que le commerce de détail soit depuis plus de 20 ans intégré dans le système de recyclage, le problème est d'une bien moindre ampleur en Suisse que dans d'autres pays qui commencent seulement à associer les distributeurs dans ces efforts.
- Par ailleurs, le commerce de détail prépare activement l'avenir dans ce domaine. En 2011 par exemple, la CI CDS s'est intéressée aux potentiels inexploités pour de nouveaux déchets, comme la collecte des corps creux en plastique et des cartons de boissons avec les bouteilles de boissons en PET et les bouteilles de lait en PE. Il a alors été constaté qu'un élargissement de la collecte n'est pas possible indéfiniment, en particulier pour les petits magasins des centres-villes. Il ferait en effet exploser leur seuil de capacités en termes de logistique tout en impliquant des investissements financiers considérables. Certaines entreprises, qui peuvent élargir utilement la collecte, vont franchir le pas et ont communiqué dans ce sens.

6. Conclusion et solutions

Des mesures pertinentes contre le littering ne peuvent être élaborées que conjointement et dans le dialogue. Le commerce de détail mise sur des mesures volontaires, car:

- Les obligations générales imposées par la loi sont insuffisantes et créent de nouvelles injustices. Presque toutes les initiatives politiques actuelles ne sont que des instruments de financement qui ne visent pas à lutter contre le littering. Les modèles présentés partent du principe que tous les emballages seront jetés dans les espaces publics et engendreront des frais de nettoyage. De plus, ils punissent au même titre que les autres les consommateurs qui éliminent correctement leurs emballages et les entreprises innovantes qui font des efforts et prennent des mesures sans y être obligées.
- Les solutions volontaires basées sur la coopération avec les autorités ont des effets concrets dans les zones particulièrement concernées par le littering. Les efforts déployés à Bâle, à Lucerne, à Dietikon, à Genève et en Thurgovie ont été et continuent d'être suivis de près par les distributeurs et peuvent servir de référence pour des modèles au niveau national.
- Les mesures définies conjointement sont plus efficaces que celles ordonnées unilatéralement.

7. Contact

Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse
Secrétariat
Valentin Schmidt
Case postale 5815
3001 Berne

Tél. 079 686 14 79
E-mail info@igdhs.ch