Cycle « économie circulaire » – séance n° 4 ; 4 février 2016

Réparer – Réemployer – Réutiliser : Saisir de nouvelles opportunités

Témoignages

Trois témoins ont fait partager leurs expériences liées à la réparation, au réemploi et à la réutilisation :

- L'aménagerie & co : un réseau de vente de mobilier « customisé », issu du réemploi, dans le cadre d'une association d'insertion
- Chrysalide : un Atelier Chantier d'Insertion qui prend en charge plusieurs types de déchets et notamment des matériels informatiques qui sont reconditionnés ;
- M.B.I : une entreprise industrielle spécialisée dans la réparation et la reconstruction de véhicules ;

Sommaire

I - L'aménagerie & co et l'association Viltaïs (03) 2

II - L'atelier Chrysalide et l'association Avenir Insertion (63) 2

III - M.B.I, membre du groupement d'entreprises APRRES Industries (42) 3

IV - Mettre en œuvre une activité de réparation / réemploi / réutilisation 4

1) Le lien social et territorial 4

2) Les besoins en compétence 5

3) Les enjeux économiques 5

4) Les aspects environnementaux 6

5) Stratégie de développement et perspectives d'avenir 7

I - L'aménagerie & co et l'association Viltaïs (03)

Par Carine Prel, monitrice éducatrice et responsable de boutique

L'Aménagerie est un atelier de customisation de meubles et d'objets mis en vente dans une boutique située à Moulins. Récemment, un deuxième site a été ouvert à Montluçon.

Un partenariat a été instauré avec le Syndicat Intercommunal de Collecte et de Traitement des Ordures Ménagères Nord-Allier pour implanter un espace de stockage sur la déchèterie. **Les usagers déposent les objets en bon état**, au lieu de les jeter. L'association se charge de **récupérer** cette matière pour leurs créations puis de les **retransformer** avant leur **remise en vente**.

Mme PREL

- Porteurs de l'action : Association Viltaïs, Sictom Nord Allier (le partenariat a par la suite été ouvert à d'autres associations ; une association mutuelle pour les vélos: cyclo recyclo a également vu le jour)
- Lieu : Département de l'Allier (Moulins/ Montluçon)
- Date de création 2012
- Effectif : 1 monitrice éducatrice
- Nature de l'activité: Atelier de customisation de mobiliers et objets de décoration. Collecte, tri, valorisation par chantier libre d'accès (Résidant, Clients, Collègues, Amis…) et animation d'un réseau de vente.

L'aménagerie s'inscrit dans les projets de l'association **Viltaïs**, qui s'occupe **d'hébergement d'urgence et de réinsertion sociale**[1]. Les bénéficiaires de Viltaïs ont la possibilité, sur la base du volontariat, de contribuer à l'atelier ; en échange, ils bénéficient d'une aide pour se meubler. **Il n'y a pas de notion de rémunération au sein de l'atelier ; ce n'est pas un chantier d'insertion.** L'association accueille des bénévoles d'horizons divers, ainsi que des stagiaires.

l'Aménagerie a établi plusieurs partenariats financiers, mais également avec d'autres associations. Cela leur permet de répondre à des manifestations tels que la Semaine de réduction des déchets, la Semaine du développement durable. Des artistes collaborent également aux réalisations.

II - L'atelier Chrysalide et l'association Avenir Insertion (63)

Par Sandrine Tissier, encadrante technique, pédagogique et sociale

L'association Avenir existe depuis 1978.

Elle encadre des **ateliers et chantiers d'insertion** (ACI) avec plusieurs axes de travail :

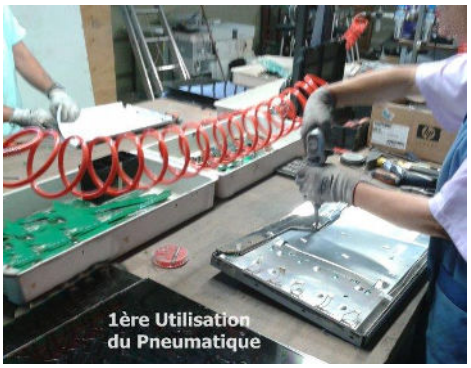
- Avec des personnes placées « sous main de justice »[2] ;
- Dans l'allier, un garage social et un atelier de transformation de palettes ;
- Dans le Puy-de-Dôme, 10 chantiers, majoritairement sur la restauration de petit patrimoine bâti, ainsi que l'atelier Chrysalide.

- Porteurs de l'action : Conseil général du Puy-de-Dôme, Etat, AVENIR.
- Lieu : Brassac les Mines.
- Date de création 2001
- Effectif : 10 personnes en CDD de 12 mois (renouvelable), 26 heures par semaine (Contrat Unique d'Insertion – Contrat d'Accompagnement vers l'Emploi), salariées de l'Association. – Encadrement technique et socioprofessionnel
- Nature de l'activité: Collecte, tri, recyclage, démantèlement, valorisation de Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques (DEEE) gris. Reconfiguration et vente.Collecte et recyclage de papiers.

---

[1] Viltaïs tient également un Point Information Jeunesse (PIJ) à Varennes-sur-Allier

[2] Il s'agit de détenus ayant bénéficié d'un allègement de peine sous forme d'un placement extérieur sans surveillance



Chrysalide existe depuis 2002. Ce chantier s'occupe de **démanteler du matériel informatique** (DEEE) et de **collecter du papier en vue de son recyclage**, dans le cadre d'un partenariat avec une entreprise. Depuis l'automne 2015, l'atelier teste une **plateforme de réemploi d'autres matériels** (électroménager…). Une activité **de transformation de palettes** (soit en de nouvelles palettes, soit en meubles et divers objets) s'est également développée dans le cadre de ce chantier, en partenariat avec un entrepreneur local.

III - M.B.I, membre du groupement d'entreprises APRRES Industries (42)

Par Michel Besson, ancien dirigent de l'entreprise Motorop B.R.M Industries (M.B.I)

Depuis sa création en 1927, l'entreprise M.B.I a eu un parcours axé sur la réparation. **A l'origine, l'entreprise réparait des moteurs d'automobile**. C'était nécessaire du fait de la rareté et donc du prix des moteurs. Cette activité a perduré dans les années 50 (au sortir de la guerre, il était indispensable de « faire durer » les matériels utilisables. L'avènement de **la production de masse ne s'est pas immédiatement accompagnée d'une fiabilisation des moteurs**, si bien que pendant de nombreuses années, les constructeurs réparaient également leurs moteurs (300 à 400 par jour ; environ 120 pour M.B.I).

- Porteurs de l'action: Société MBI Engine Solutions, Appres Industries
- Lieu : Bassin de Roanne
- Date de création: 1927 pour MBI –2000 pour Appres Industries
- Effectif : 48 salariés chez MBI, 20 chez Appres Industries
- Nature de l'activité: Au sein du groupement APPRES entreprise spécialisée dans la reconstruction de moteurs thermiques pour les secteurs des travaux publics, des transports collectifs, transports ferroviaires et transports maritimes… Étude et ingénierie, rénovation et reconstruction, entretien et réparation, SAV…

Aujourd'hui, plusieurs phénomènes ont conduit à une forte réduction de l'activité de réparation des moteurs : fiabilisation, obligations réglementaires en matière de recyclabilité des véhicules (95 à 98% des composants doivent être recyclables). A présent, un moteur de voiture a une plus longue durée de vie que le véhicule lui-même. M.B.I a donc progressivement abandonné l'automobile pour se consacrer à la maintenance de biens dont la durée de vie est moindre du fait de conditions d'exploitation plus sévères.

M.B.I est implantée dans le bassin roannais, dont un employeur important était un grand groupe de la défense terrestre. Dans les années 2000, ce groupe s'est fortement désengagé auprès des sous-traitants du bassin, si bien que **plusieurs entreprises se sont regroupées, à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Roanne, au sein de la société APRRES Industries**. M.B.I en est l'un des principaux actionnaires.

APRRES Industries s'est spécialisée dans la **« maintenance en conditions opérationnelles »**. Il s'agit d'un terme militaire mais la société traite également des engins civils (bus) ou des engins en fin de vie avec des conditions d'exploitation difficiles : par exemple, de engins miniers qui sont inutilisables au bout de 5 ans. L'entreprise les remet en condition de fonctionner pour un nouveau cycle de 5 ans. Compte tenu du prix important de ce type d'engin, c'est avantageux pour l'exploitant.

IV - Mettre en œuvre une activité de réparation / réemploi / réutilisation

Animateur de séance : Thierry Boutet, chargé de mission développement durable à la Chambre de Commerce et d'Industrie Auvergne

Afin de cerner les enjeux du sujet, il est important de garder à l'esprit certains mots clés. L'association Pénélope, qui a une activité de revente de textiles à Montluçon, a déployé sur la devanture de sa boutique une bannière qui résume à elle-seule toutes les problématiques (cf. photo ci-dessous) :

- L'économie et l'entreprise
- le volet social et l'insertion
- des aspects sociétaux, le partage, le respect
- le territoire, la région
- des savoir-faire.

Ainsi, les « déchets » (avant ou après avoir acquis ce statut) peuvent avoir un lien économique et social avec le territoire.

Concernant les témoins, leur profil souligne une tendance : le réemploi et la réutilisation sont plus facilement investis par les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) et de l'insertion, là où la réparation est restée industrialisée et relevant plutôt de l'entreprise « classique ».

Les questions aux témoins

1) Le lien social et territorial

Le lien social est au cœur de l'activité de Viltaïs et Avenir Insertion. Quels sont les mécanismes qui expliquent que ces structures se sont positionnées sur « les déchets » ?

Sandrine Tissier : Chrysalide est implanté sur le territoire d'Issoire. L'analyse du territoire a révélé plusieurs contraintes : **peu d'emplois sur le bassin, peu de solutions de mobilité collective**. Trouver un emploi est donc une difficulté, notamment pour le **public féminin**. L'association Avenir a cherché à investir **un terrain innovant et atypique** pour l'époque. Le choix s'est donc porté sur les **déchets d'équipements électriques et électroniques** (DEEE).

Carine Prel : Plusieurs besoins ont été mis en évidence auprès des publics accompagnés par Viltaïs : sans-abris, personnes sans ressource, demandeurs d'asile… Ces publics ont peu de lien social et peu de moyen. L'atelier entend donc répondre à ces deux enjeux : aider les personnes à se meubler et recréer du lien. L'ambition première n'est pas le retour à l'emploi car certaines personnes en sont très éloignées, mais l'action permet de valoriser leurs savoir-faire. Le partenariat avec le Syndicat Intercommunal de Collecte et de Traitement des Ordures Ménagères (Sictom) Nord Allier, qui existe depuis plusieurs années, visait quant à lui la prévention des déchets sur le territoire. Le projet de l'Aménagerie est donc au croisement de ces deux démarches.

Est-ce une vocation, pour les associations, de tisser des liens sur le territoire par l'intermédiaire des partenariats ?

ST : Plus qu'une vocation, c'est une obligation. Il est impossible d'œuvrer à la réduction des déchets sans nouer des partenariats, si possible localement. A l'échelle des DEEE, il s'avère cependant impossible de valoriser l'ensemble des composants de la chaîne de valorisation sur le territoire proche. Les plastiques sont donc orientés hors département.

En outre, la volonté d'établir des partenariats est intimement liée à la vocation d'insertion de l'association. Constituer un parcours professionnel passe par des relations étroites avec des entreprises du territoire.

CP : Les partenariats financiers avec des acteurs locaux sont également privilégiés, même si l'association touche des subventions, notamment européennes (dans le cadre du Fonds Social Européen).

Les partenaires locaux contribuent également en nature par l'intermédiaire de dons de matières premières (peinture…). Il n'est pas rare que l'Aménagerie se regroupe avec d'autres associations à l'occasion de manifestations ou pour des projets.

Quel a été le moteur du regroupement d'entreprises dans le bassin roannais ?

Michel Besson : L'entreprise M.B.I est spécialisée sur la rénovation des moteurs. La demande des utilisateurs et de plus en plus orientée vers la prestation globale. Les professionnels du transport ont perdu en compétence à mesure qu'ils établissaient des contrats de prestation de service avec les collectivités (enjeux de dessertes…). Dans le même temps, les produits se sont complexifiés. Aussi on trouve de moins en moins de personnes capables d'effectuer la maintenance ou la réparation dans les ateliers des transporteurs. APRRES Industries vise la complémentarité des compétences, par actionnariat ou par des contrats, afin de proposer une offre globale (moteur, boîte de vitesse, climatisation…)

2) Les besoins en compétence

M. Besson, vous évoquiez les compétences. Comment les développez-vous ?

MB : Lorsque nous travaillions avec le secteur automobile, nous avons failli « perdre notre âme » dans le sens où nous étions fortement incités à remplacer plutôt que réparer : les opérations de réparation n'étaient pas rentables par rapport au neuf. En outre, en cas de problème sur une pièce remplacée, la responsabilité incombe au constructeur. S'engager dans le secteur de la réparation procède donc d'un « état d'esprit ».

Outre cet état d'esprit, les compétences sont essentiellement acquises. Il n'existe pas « d'école » pour former à la réparation ou à la rénovation. L'expérience permet de faire le tri entre les pièces facilement réparables et celles pour lesquelles la réparation est impossible (limite de durée de vie, complexité trop importante, coût de la réparation au regard de la valeur de l'équipement complet[3]) L'enjeu est donc la formation dans l'entreprise.

L'entreprise a subi les effets de la crise, en 2009, ajoutée à la disparition d'un pan des activités liée à l'application de la « prime à la casse ». Les partenaires financiers ont alors fait pression sur le groupe pour licencier du personnel. Licencier les anciens aurait été coûteux et aurait rendu impossible la transmission des compétences ; licencier les jeunes aurait engendré un vide au départ des anciens. Il a donc été décidé de conserver les effectifs pour assurer la continuité des compétences.

Y a-t-il des besoins en compétences particulières dans les associations qui ont investi le réemploi, ou est-ce que les compétences s'adaptent aux projets, aux territoires… ?

CP : Nous sommes dans une dynamique d'adaptation au public. M. Besson évoquait les compétences nécessaires pour réparer un véhicule d'une manière globale. C'est une logique similaire à l'échelle des individus : les bénéficiaires de Viltaïs ont besoin d'un hébergement, de restauration, de vêtements, d'une activité… Nos compétences se développement en fonction de ces besoins primordiaux.

3) Les enjeux économiques

Ces stratégies sont-elles rentables ? Quel est votre paysage concurrentiel ?

CP : La plupart des associations répondent à des appels à projets. La concurrence existe dans ce contexte mais nous essayons au maximum de nous rapprocher d'autres associations pour proposer une réponse groupée.

En termes de résultats économiques, l'association vise l'autonomie plus que le bénéfice. La présence de salariés ne change pas le caractère non lucratif de la structure. Avec la crise, nos services accueillent une population croissante. Notre objectif financier suit cette tendance pour être en capacité d'accompagner tous ceux qui le souhaitent.

ST : Nous n'attachons pas d'objectif lié au chiffre d'affaire car Chrysalide fonctionne sur la base des subventions.

Sur notre territoire, il n'y a pas de concurrence au niveau du secteur d'activité. Actuellement notre gisement est limité ; on pourrait donc envisager une forme de concurrence entre clients. Dans les faits, nous accordons une priorité aux personnes en

---

[3] Techniquement, on sait réparer une pièce fendue sur un bloc moteur de voiture mais le coût de la réparation n'est pas intéressant. Sur un moteur de bateau ou un groupe électrogène, c'est intéressant.)

difficultés. Ce public n'aurait donc pas les moyens de s'approvisionner auprès des circuits « classiques » de vente de matériel informatique. Pour autant, notre boutique, située en ville, est ouverte à tous les publics.

MB : De manière provocatrice, on pourrait dire que la crise a eu un effet bénéfique pour l'activité de M.B.I. L'un de nos clients est une collectivité disposant d'une flotte de bus roulant au gaz naturel. Longtemps, l'investissement pour ces véhicules, dans les budgets, était programmé sur 12 à 15 ans. Aujourd'hui c'est plus de 20 ans. Les collectivités ont donc intérêt à aligner la durée de vie des bus sur celle des réservoirs à gaz, soit 20 ans.

La situation des réparateurs est difficile : sur notre cœur de métier, le nombre d'entreprises sur le territoire français s'est réduit à 2 ou 3 sociétés. La chute d'activité a eu un impact sur la concurrence. Encore une fois, c'est lié à l'évolution du secteur ; même les constructeurs produisent moins de moteurs (devenus plus fiables).

Nous sommes actuellement positionnés en concurrence avec les constructeurs, avec une alternative plus intéressante en termes de prix. Ce n'est pas le cas pour l'automobile, d'où notre abandon de ce secteur. Un bus neuf coûte en moyenne 150 000€ ; la remise en état d'une flotte de 45 bus est bien meilleur marché pour notre client.

L'exemple de l'automobile vous interpelle-t-il sur la viabilité de votre activité ?

MB : Il est évident que les constructeurs n'ont aucun intérêt à prolonger la durée de vie d'un produit, ou de favoriser la réparation ou le réemploi. Leur objectif est de vendre du neuf[4]. L'une des stratégies pour renforcer ce phénomène est d'augmenter le prix des pièces de rechange. Dans l'automobile, la réparation d'un moteur coûte souvent aussi cher que la valeur vénale d'une voiture âgée d'une dizaine d'années.

Certaines chaînes de location automobile proposent des véhicules ayant subi un contrôle plus élaboré que le simple contrôle technique obligatoire. C'est peut-être une piste qui remet en question cette logique.

En revanche, les constructeurs ont énormément travaillé à l'intégration de pièces recyclables sur les véhicules et la limitation des déchets. S'ils ne contribuent pas forcément à l'économie circulaire, ils tentent de limiter leur impact sur l'environnement.

4) Les aspects environnementaux

Comment percevez-vous la contribution de vos activités à la préservation de l'environnement ?

ST : Au sein du chantier d'insertion, c'est avant tout par la sensibilisation que nous abordons la préservation de l'environnement. Dans le cadre de notre activité de valorisation des palettes, un hôtel à insectes a été réalisé ; nous essayons également de travailler à la réalisation de composteurs. Tout cela s'accompagne d'un volet pédagogique et attise la curiosité des salariés. Il est difficile de mesurer les résultats mais l'impact sur les comportements est notable.

Du fait de la nature de l'activité, les salariés sont « obligés » de tenir compte de la préservation des ressources : dès qu'il sont amenés à jeter une chute de bois ou un composant d'ordinateur, ils se posent la question d'une éventuelle réutilisation (fabriquer un jouet…)

CP : Une part importante de la sensibilisation est dévolue au SICTOM. C'est cette structure qui porte le bâtiment installé au niveau de la déchèterie. Tout ce qui en sort à l'attention de l'atelier est pesé et fait l'objet d'un suivi annuel. Entre 2014 et 2015, 11 tonnes de matériaux ont été réutilisés. Le SICTOM assure également la sensibilisation auprès de certains publics (écoles…) ce qui complète les mesures que nous engageons dans les magasins ou lors des manifestations.

MB : Deux secteurs de notre activité sont soumis à autorisation. Notre rapport à l'environnement passe donc par la réglementation (qui manque d'homogénéité au plan national). L'essentiel de l'activité est liée aux produits métalliques. Lorsque ces pièces sont inutilisables, elles sont orientées en fonction de leur nature. La gestion de ces flux est assez simple. En revanche, les moteurs comportent également des résidus d'huiles, ce qui rend obligatoire le traitement des effluents. Un espace de stockage et une station d'épuration ont été installés à ces fins. Enfin, nous sommes tenus de vérifier les émissions d'échappement et le bruit en sortie de chaîne de réparation.

Notre société a obtenu le label ISO 14 001 pour le management environnemental. Le personnel a donc été formé, notamment au tri des déchets.

---

[4] Une manière de dépasser cette logique est d'aller vers des solutions intégrées orientées vers la performance d'usage de biens et/ou services. Cf. l'introduction de la rencontre de l'économie circulaire dédiée à l'économie de la fonctionnalité.

Ces considérations environnementales ont-ils un impact commercial ?

MB : La réparation n'engendre aucun nouveau prélèvement de ressource, ni rejet lié à la transformation de matière première. On peut supposer que cet argument joue mais cette préoccupation dépend certainement du client.

Le comportement du consommateur dépend de nombreux facteurs, pas seulement environnementaux : les phénomènes de modes, les coûts d'entretien et la consommation entre un véhicule neuf et un véhicule d'occasion, sont autant de paramètres qui influencent l'acte d'achat pour reprendre le cas d'une voiture.

5) Stratégie de développement et perspectives d'avenir

Quelle est la motivation des clients de l'Aménagerie ?

CP : Le prix, le design mais aussi la qualité sont des arguments de vente. En ce qui concerne la qualité des produits et la facilité de réutilisation, nous en sommes arrivés au même constat que M. Besson pour l'automobile. Les produits et matériaux récents sont plus difficiles à réemployer que les anciens. Les mobiliers récents ne sont pas conçus pour favoriser la rénovation.

La motivation principale pour entrer dans le magasin reste « la vitrine ». On observe cela notamment en période de fêtes ou de vacances : des personnes qui n'habitent pas le territoire ou ne connaissent pas le concept passent la porte, par curiosité. Dans un second temps, nous leur expliquons la démarche. Si bien que certaines personnes venues comme clients s'engagent par la suite en tant que bénévoles pour travailler dans l'atelier.

Comment s'est construite votre notoriété ? Comment vous faites-vous connaître ?

ST : Le bouche à oreille est important. Ce sont les salariés qui en sont les premiers acteurs ; ils sont fiers de leur activité et la valorisent autour d'eux. Ils trouvent ainsi des clients, des donateurs de matériels ou de fournitures.

Nous avons obtenu le label Ordi 2.0 pour la lutte contre la fracture numérique mais il n'est pas assez connu. Il ne constitue pas un argument publicitaire pour attirer les clients. Il est nécessaire de déployer d'autres supports de publicité et surtout d'aller vers les clients.

CP : L'association dispose d'un site internet. Des *flyers* de présentation du projet et du magasin ont été créés en partenariat avec le Sictom. Ils sont distribués à l'occasion des manifestations ou des marchés. Nous profitons des festivals ou marchés de Noël pour tenir des stands de vente. Un magazine, autofinancé grâce à la publicité locale, paraît deux fois par an. Il a une vocation pédagogique, notamment pour appréhender la démarche derrière l'activité de vente. Les réseaux sociaux fonctionnent bien auprès des jeunes.

Comment se projette-t-on dans le cadre de vos activités ?

MB : Depuis le 31 décembre 2015, la société a totalement abandonné le marché de la production et la rénovation de moteurs automobiles. L'entreprise développe une stratégie de prestation de service avec un élargissement du panel d'interventions mais aussi géographique. Il est relativement complexe de déployer des opérateurs, ainsi que le matériel et les pièces nécessaires aux réparations, sur de longues distances. Il a donc été décidé d'aménager une zone d'accueil d'engins au sein de l'entreprise. L'activité de diagnostic et de conseil en maintenance est également amenée à se développer.

CP : Pour une structure d'insertion, l'avenir est intimement lié à l'évolution des besoins des personnes accompagnées. Il est impossible de se projeter à long terme dans la mesure où l'activité dépend de partenariats avec des collectivités ; ce n'est pas maîtrisable.

Par ailleurs, la typologie des contrats, pour ce type d'activités, est courte, ce qui ne facilite pas la projection pour l'employeur, l'encadrant ou l'employé.

Nous sommes actuellement engagés dans une dynamique de regroupement d'acteurs du réemploi. Cette logique d'élargissement est un moyen de partager des valeurs et de développer des projets plus solides et durables.

ST : L'avenir d'un chantier d'insertion dépend de facteurs politiques tels que la réforme de l'insertion par l'activité économique. Le financement est une autre inconnue. Il ne s'agit pas d'une entreprise ; le chantier peut être arrêté sur simple décision. Il est dès lors difficile de se projeter même si le besoin est réel. Cela ne nous empêche pas de poursuivre, d'engager des projets pilotes…

(Question du public) Puisque le besoin et la demande ont été identifiés, pourquoi ne pas évoluer vers une entreprise d'insertion ?

ST : Les encadrants sont la plupart du temps sur le terrain, auprès des salariés. Ce type de décision dépend de la direction. Il m'est donc impossible de répondre de manière satisfaisante.

MB : Je suppose que la variable financière est primordiale. Pour donner un ordre d'idée dans le secteur de l'automobile, produire un moteur de voiture standard coûte environ 600€ au constructeur. Cela dissuade les réparateurs d'entrer en concurrence avec les fabricants. Une structure de rénovation de meubles, ou d'ordinateur, doit être capable d'assumer la concurrence avec des grandes enseignes. Revendiquer l'acte citoyen du consommateur est intéressant mais une stratégie d'entreprise ne peut exclusivement reposer là-dessus.

CP : Il est certain que l'Aménagerie peut jouer sur le caractère militant de l'achat ou sur la qualité du produit, mais pas sur les quantités. L'aspect concurrentiel est donc une limite majeure.

L'épuisement du gisement ou la difficulté pour que votre offre rencontre une demande constituent-elles des barrières ?

CP : Nous ne nourrissons aucune inquiétude quant au gisement. Nous sommes déjà impressionnés par la quantité d'objets déposés ; malgré ces dons le SICTOM a réalisé une étude qui révèle que 450 tonnes de déchets enfouis pourraient annuellement être retraités. La matière existe. Tout peut être transformé ; c'est même une forme de défi pour les membres de l'atelier. Notre problématique n'est pas tant de maîtriser la ressource à l'entrée que de trouver une destination aux productions.

ST : En termes d'approvisionnement, Chrysalide avait noué un partenariat avec une seule entreprise, actuellement en difficulté. Cela se répercute immédiatement sur l'activité de l'atelier d'insertion. La dépendance à un fournisseur unique est problématique, mais dans les faits il est de plus en plus difficile de trouver des partenaires pour l'approvisionnement du fait de la législation.

En quoi la législation pose-t-elle problème ?

ST : La législation sur les DEEE accroît la difficulté, pour une petite structure de l'insertion, de perdurer dans ce secteur. Avec le développement des éco-organismes et de l'écotaxe, les revendeurs de matériels ont de plus en plus tendance à internaliser le traitement des anciens matériels, en passant par des filières propres. Cela pose une question sur le devenir de ces ordinateurs : sont-ils réemployés, valorisés d'une autre manière ou tout simplement détruits ?