

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

Réparer – Réemployer – Réutiliser : Saisir de nouvelles opportunités

Echanges avec la salle



Avec les interventions de :

- Michel Besson –APRRES Industries : M.B.I, cf. témoignages)
- Carine Prel (Viltails / L'Aménagerie, cf. témoignages)
- Sandrine Tissier (Avenir Insertion / Chrysalide, cf. témoignages)
- Thierry Boutet (CCI Auvergne, cf. témoignages),
- Hervé Chalaye (ADEME, cf. introduction),
- Véronique Guiraud (Macéo, cf. introduction), observatrice de la rencontre ;

Thèmes des échanges

1) Synergies entre acteurs et entre stratégies de l'économie circulaire	2
2) Faire évoluer les mentalités pour inciter les entreprises et collectivités à donner.....	2
3) Des réticences à l'achat objets « de seconde main » : la crédibilité des réparateurs en cause ?.....	3
4) Quelle place pour les « petits » acteurs face au marché de l'occasion en ligne ?	4
5) Des comportements d'achat ou de travail exemplaires ?	4
6) Réparation et réemploi au prisme de la mondialisation	5
Conclusion	6

1) Synergies entre acteurs et entre stratégies de l'économie circulaire

VG : *Les échanges révèlent qu'en dépit des différences apparentes entre les témoins, les passerelles existent : d'un côté, des acteurs de l'insertion, dont l'objectif principal est de réinsérer des publics dans le monde du travail ; de l'autre côté, un acteur industriel, de « l'économie classique », qui exprime des besoins liés à la formation à la réparation, qui ne s'acquiert pas dans les écoles mais sur le terrain. On peut imaginer qu'une entreprise spécialisée dans la réparation, telle que M.B.I puisse être une source de débouchés pour des personnes qui auront travaillé au réemploi dans le cadre de l'insertion. Il s'agit d'emplois locaux, non délocalisables, et porteurs de sens dans la perspective de l'économie circulaire.*

MB : Jusqu'à présent, ce n'est pas cette solution qui a été privilégiée car les activités de M.B.I sont très spécifiques : nous avons besoin d'emplois « classiques » mais aussi de savoir-faire spécialisés, notamment sur les opérations de réparation. Nous recherchons des jeunes qui ont acquis la théorie et que nous pouvons former à nos métiers ; c'est pourquoi nous recrutons surtout des personnes issues de formations telles que le CFA... Ceci dit, je suppose que l'acquisition du socle « de base » peut passer par la voie de l'insertion.

La spécialisation trop importante pose également problème dans l'hypothèse où l'employé serait contraint de chercher un nouveau travail.

CP : En effet, dans le cadre de l'insertion, nous nous positionnons dans une logique de prestations ; il n'y a pas de spécialisation liée à un produit particulier. L'employé en insertion apprend donc à rendre différents services adaptés aux besoins qu'il rencontre. Le contexte rural induit des problématiques particulières sur lesquelles il faut s'appuyer. La ruralité est une opportunité lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre des actions porteuses de sens pour le territoire et sa population.

Pour approfondir la notion de service appliquée à l'économie circulaire, il existe à Clermont-Ferrand une conciergerie d'entreprises qui mutualise des services pour les entreprises et les salariés.

VG : Ce type d'outils se développe, effectivement. Bon nombre de territoires ruraux s'orientent vers ces solutions de partage de compétences, de postes (liés aux ressources humaines par exemple)... La mutualisation permet de pérenniser des entreprises et donc de préserver l'attractivité d'un territoire ; cela procède donc de l'économie circulaire.

L'écoconception me paraît un point fondamental dans l'optique de traiter le déchet en fin d'usage.

MB : J'ai souligné les progrès qui ont été faits dans l'automobile mais c'est également le cas du secteur de l'emballage. Le recours au carton est de plus en plus privilégié, ce qui permet de recycler. Autrefois on utilisait du polystyrène, non valorisable. Certains emballages ne suivent pas encore cette logique mais en général, tous les produits en provenance de l'Union Européenne sont plutôt exemplaires en la matière.

VG : Cette remarque montre bien la complémentarité des stratégies de l'économie circulaire. Je vous renvoie à nos précédentes rencontres, notamment celle dédiée à l'écoconception mais aussi celle sur l'économie de la fonctionnalité, qui met en avant l'usage plutôt que la propriété, à l'image de la conciergerie d'entreprises évoquée précédemment.

2) Faire évoluer les mentalités pour inciter les entreprises et collectivités à donner

A propos des cartons : des emballages réemployables avant d'être recyclables...

Un participant : Un chantier a été lancé autour de la réutilisation des cartons d'emballage par les entreprises. Un marché des emballages en carton d'occasion est en train de se constituer. Encore faut-il arriver à convaincre les industriels de s'impliquer dans cette démarche.

VG : De plus les professionnels de la gestion des déchets ont un a priori négatif pour ce type d'initiative.

Les entreprises sont amenées à renouveler fréquemment leur parc informatique. C'est peut-être un gisement intéressant. Avez-vous approché des entreprises dans ce but ?

ST : Les perspectives se heurtent aux mentalités, en lien avec la confidentialité des données stockées sur les matériels. Soit l'entreprise a la compétence pour effacer elle-même les données ou pour ôter les disques durs, soit elle privilégiera la destruction du matériel au lieu d'en faire don, y compris à destination des salariés.

Un participant : Il existe des mécanismes de subvention pour inciter les collectivités à passer par des éco-organismes, notamment pour le mobilier et les DEEE. Un travail pédagogique est donc nécessaire pour les inciter à donner car l'incitation financière est un argument de poids pour les collectivités.

Un participant : Cette concurrence sur l'orientation des gisements est en partie compensée car certains éco-organismes financent le réemploi.

3) Des réticences à l'achat objets « de seconde main » : la crédibilité des réparateurs en cause ?

Dans le département de l'Allier, un sondage réalisé en 2012 a révélé que les gens sont prêts à donner mais pas encore à acheter via les circuits du réemploi. L'offre était plus limitée à l'époque et la situation a changé depuis : la recyclerie de Cusset ou de la boutique Pénélope sont des exemples de magasins « qui donnent envie d'acheter » par ce biais-là. Néanmoins, il me semble qu'un travail de fond est nécessaire. Quel regard portez-vous sur la fréquentation de votre structure ? Avez-vous identifié des freins à la consommation ?

ST : Dans l'inconscient collectif, un ordinateur doit être rapide et puissant. Il existe une forte pression liée au renouvellement technologique très rapide. Il est nécessaire d'expliquer que la puissance d'un ordinateur n'est pas un critère de performance, selon l'utilisation qui en est faite.

Chrysalide n'est pas une boutique mais un chantier d'insertion ; les « clients » doivent accepter d'évoluer dans un environnement dédié aux opérations techniques, différent d'un magasin. Cela influe sur la fréquentation. Ceux qui franchissent le seuil sont avant tout motivés par la curiosité ; leur venue est aussi souvent liée à un don de matériel, qui par voie de conséquence peut mener au premier achat.

La qualité de service après l'achat est primordiale pour fidéliser les clients et assurer la réputation de la structure. La pérennité de la fréquentation dépend en grande partie de la satisfaction des clients. De ce point de vue un chantier d'insertion ne diffère pas tant d'une entreprise.

Les réseaux de réparateurs me semblent dévalorisés, notamment lorsqu'ils touchent à des bien techniques qui dépassent généralement les connaissances des clients. N'y a-t-il pas une forme de méfiance des consommateurs vis-à-vis de la réparation ?

TB : Cela dépend des secteurs d'activité. Dans l'informatique, les producteurs ont eu tendance à développer des techniques d'obsolescence programmée pour que l'appareil tombe en panne au terme de la garantie. Cette réputation incite peu aux tentatives de réparation. Néanmoins les comportements d'achats sont souvent motivés par l'expérience. Le « premier essai » de matériel réparé est capital pour être convaincu par le système.

Du point de vue purement économique, si le produit réparé est de qualité, et à un coût moindre que le neuf, il devrait pouvoir se vendre aussi bien si ce n'est mieux.

MB : La méfiance à l'égard du réparateur est parfois justifiée, parfois liée à un défaut d'information du consommateur. Un reportage réalisé sur le traitement d'une panne de lave-linge par des acteurs importants de l'électroménager a révélé que les diagnostics et les factures varient dans des proportions importantes. Ce type d'émission ne plaide pas en faveur des réparateurs et nuit à ceux qui travaillent consciencieusement.

D'autre part, la réparation est intimement liée à l'expérience. Dès lors que le réparateur aura eu affaire à un type de panne, il pourra la reconnaître et y remédier rapidement. Cela ne remet pas en question la technicité de l'intervention mais le coût peut sembler en décalage avec le temps consacré du point de vue du client.

Un participant : Le degré de confiance à l'égard des réparateurs dépend en effet de la connaissance que le client possède de son équipement. N'ayant aucune compétence en mécanique, je ne suis pas capable de peser la fiabilité des propos d'un garagiste, ce qui génère de la méfiance.

De ce point de vue, les initiatives tels les « Repair Café » permettent à des particuliers de se faire expliquer le fonctionnement d'appareils et d'apprendre à les réparer. Ce socle de connaissances peut permettre d'identifier les discours fallacieux. Une personne mieux informée sera peut-être plus incitée à se tourner vers un réparateur lorsqu'elle ne pourra pas réparer elle-même.

La CCI développe-t-elle des outils, à l'image de « Répar'Acteurs¹ », pour promouvoir la réparation auprès des consommateurs et garantir la crédibilité des acteurs du réemploi ?

TB : La CCI a surtout travaillé à la promotion des structures exemplaires en termes de recyclage. Actuellement, il n'y a pas de campagne systématique de valorisation du réemploi : la CCI soutient ponctuellement des initiatives à condition qu'elles n'aboutissent pas à une distorsion de la concurrence et qu'elles aient une pérennité économique.

Il existe des labels, plus ou moins nombreux selon les filières, mais le problème de la crédibilité se déplace alors vers les accréditeurs. Comment s'assurer que la personne qui dispense le label est sérieuse ? L'exemple du label Ordi 2.0 est instructif : il reste méconnu du grand public, voire même des acteurs économiques. Dès lors, il est extrêmement difficile de se faire une opinion sur sa crédibilité. Cette difficulté vaut pour tous les labels sectoriels. Il a fallu de nombreuses années pour que le label Max Havelaar (commerce équitable) acquière la notoriété qui est la sienne aujourd'hui.

HC : Dans le domaine des énergies renouvelables, s'est produit un phénomène équivalent : des installateurs non qualifiés ont porté préjudice, en termes d'image, à l'ensemble de la filière. Ce sont finalement les acteurs de la filière qui se sont organisés pour qualifier les professionnels en capacité de réaliser des installations conformes. Les labels « Qualibois », Qualit'EnR, permettent aujourd'hui de reconnaître les acteurs qualifiés.

Un participant : Cela ne constitue toutefois pas une garantie : le label RGE (Reconnu Garant de l'Environnement) qui conditionne l'accès à des aides pour les travaux de rénovation énergétique, fait l'objet d'un bilan extrêmement critique. Tous les acteurs ont fini par obtenir ce label.

4) Quelle place pour les « petits » acteurs face au marché de l'occasion en ligne ?

Le site internet « Le bon coin » centralise une part importante des achats de biens d'occasion. Y avez-vous recours dans le cadre de vos activités ?

ST : Nous n'utilisons pas ce canal dans le cadre de l'atelier. Une des raisons est la forte demande en matériel informatique d'occasion, que l'atelier ne saurait soutenir. Nous ne serions pas en mesure de satisfaire les demandes.

Un participant : Il y a également une interdiction réglementaire, pour les structures hors champ concurrentiel : la publicité ouverte (figurant des tarifs) n'est pas autorisée. Une liste de diffusion ou un site internet avec accès privé sont autorisés. Le débat porte actuellement sur des aspects concurrentiels : une structure bénéficiant de subventions publiques peut-elle investir un marché occupé par des acteurs classiques, non subventionnés ?

HC : Le réseau des ressourceries travaille sur ce risque de distorsion de concurrence vis-à-vis d'autres opérateurs. C'est une forme d'hypocrisie car l'activité d'une recyclerie n'a de sens que si elle trouve de nouveaux usagers pour les équipements qu'elle a récupérés et éventuellement réparés. Or elle est limitée dans ses possibilités de publicité.

C'est pourquoi les ressourceries ont intérêt à se constituer en réseau : l'entité qui n'a pas l'article recherché par le client peut l'orienter vers la structure qui en disposera. Cela présuppose une organisation et des outils conséquents.

CP : Développer un outil de vente en ligne est très chronophage et nécessite des compétences adaptées : mise en ligne, actualisation. Il faut être en mesure d'envoyer les colis, ce qui génère des emballages, et de gérer les retours des clients insatisfaits. C'est en partie pour ces raisons que l'Aménagerie a choisi de travailler en vente directe.

Un participant : Entrer dans une ressourcerie, c'est un peu « partir à l'aventure ». Cela fait partie de la philosophie de la démarche et il serait décevant que les ressourceries s'apparentent à un outil comme « Le bon coin ».

5) Des comportements d'achat ou de travail exemplaires ?

¹ « Répar'Acteur » est une initiative de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, soutenue par l'ADEME. Elle a pour objectif de mobiliser les acteurs de la réparation et de favoriser la mise en contact avec les consommateurs.

Parmi vos clients, certains se sont-ils tournés vers votre offre parce qu'elle se revendique d'une volonté de réparation ou de réemploi ?

ST : Nous avons équipé le parc informatique de certaines associations, écoles et organismes de formation. Cela représente des volumes plutôt faibles mais la demande existe. Chrysalide est en discussion avec une collectivité intéressée par la mise en place de mobilier urbain sur des aires de repos (tables, composteurs...). Il s'agit des collectivités sur lesquelles sont implantés les chantiers d'insertion ; elles sont de fait sensibilisées à la démarche.

CP : Certains artisans ou petits commerçants souhaitant se meubler passent parfois par l'Aménagerie ; pour le moment nous n'avons pas été sollicités par une collectivité. En revanche, l'Aménagerie aide à réinstaller, avec des objets réalisés par les bénévoles, tout nouveau bâtiment (foyer...) lié aux activités de l'association Viltais. C'est un moyen pour les bénévoles fréquentant ces structures de s'approprier leur environnement et de valoriser leurs activités dans l'association.

Avez-vous identifié une forme de fierté ou de bien-être au travail lié au champ que vous avez investi ? Est-ce que cela induit certains comportements parmi vos salariés ?

MB : L'entreprise a été pionnière sur le plan des écogestes, même si cela s'inscrit aujourd'hui dans l'air du temps. La société s'attache également à améliorer les conditions de travail, en raisonnant sur l'ergonomie.

En revanche je ne suis pas sûr que les salariés aient le sentiment de participer à l'économie circulaire lorsqu'ils travaillent pour M.B.I ou APRRES Industries. Présenter les missions de l'entreprise sous cet angle serait ambitieux.

6) Réparation et réemploi au prisme de la mondialisation

M. Besson travaille-t-il également sur les bennes à ordures ? Il s'agit d'un marché important car ces véhicules constituent des investissements lourds pour la collectivité, avec des durées d'exploitation à peine supérieure au temps nécessaire à amortir la benne. En fin d'utilisation, ces véhicules partent « à la casse » ou dans des pays en développement.

MB : A l'origine, cela ne faisait pas partie des compétences de M.B.I, mais dans le cadre d'APRRES Industries, les compétences existent (chaudronnerie...). Le créneau est donc potentiellement exploitable.

Ce sujet permet d'aborder un autre aspect du réemploi : l'exportation de matériel de travaux publics, bus, camions... constituait un débouché massif pour des entreprises qui ont souvent recours au *leasing*². La législation dans ces pays évolue et interdit de plus en plus l'importation de matériels trop anciens.

² Le *leasing* ou crédit-bail est une opération de mise à disposition d'un bien moyennant une location de longue durée. A l'issue de la période définie, le bénéficiaire du bien a le choix de l'acheter ou de le restituer. Les usagers intensifs de biens tels que les véhicules ont recours au *leasing* afin de renouveler périodiquement leur parc.

Conclusion

Par Véronique GUIRAUD, chef de projet Macéo, observatrice de la rencontre

Le partage d'expériences a été un objectif majeur de ce cycle de rencontres. Cela permet de s'imprégner du vécu des acteurs, de leurs réalisations mais aussi des difficultés rencontrées.

Il n'y aura normalement pas de nouvelle rencontre dans ce format-là, visant un apport d'information. La suite logique serait de proposer des ateliers aux acteurs souhaitant investir l'économie circulaire, quel que soit l'état de leur réflexion. A la suite de la rencontre du 28 avril 2015 sur l'économie de la fonctionnalité, avec l'appui de la CCI et de l'ADEME, Macéo a engagé une opération collective pour accompagner des entreprises auvergnates dans une réflexion sur l'économie de la fonctionnalité. L'objectif est d'aboutir à une feuille de route sous la forme d'un plan d'actions. C'est ce type de démarches orientées vers l'action que nous souhaitons multiplier, appliquées à toutes les stratégies de l'économie circulaire.

L'Economie Circulaire 3 domaines, 7 axes d'action

