

APPLIQUER ET FAIRE APPLIQUER LES RÈGLES ET OBLIGATIONS LÉGALES CONCERNANT LE RECYCLAGE ET LE TRI SÉLECTIF DES DÉCHETS DANS L'UNITÉ MARCHANDE

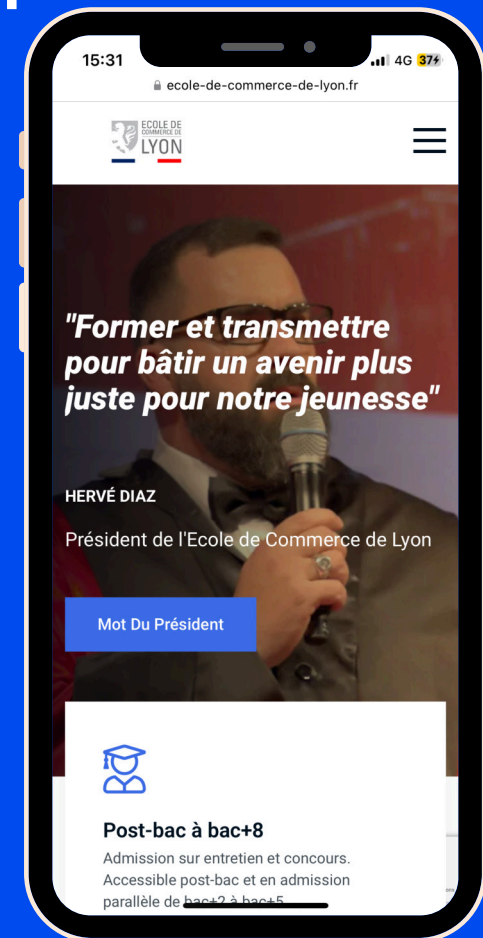
Matière Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande

TITRE RNCP Assistant Manager d'Unité Marchande (AMUM)

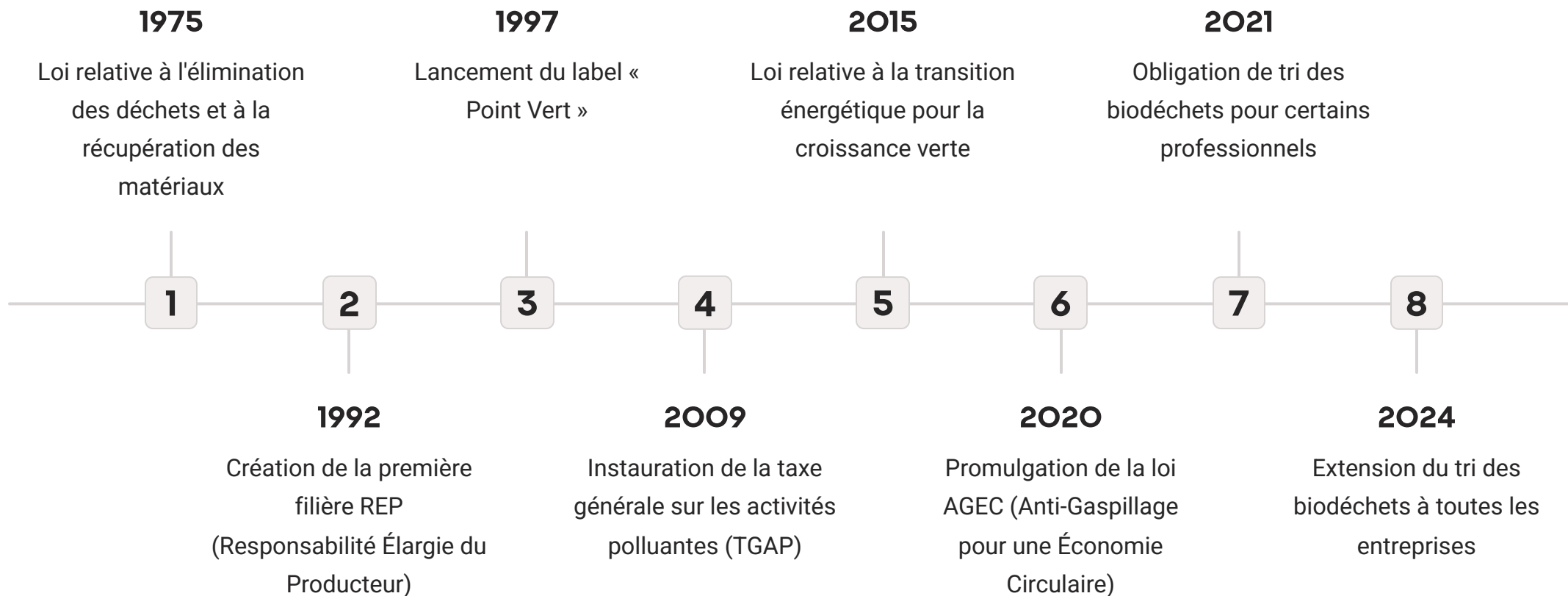
Niveau du cours Bac +1

Groupe école de commerce de LYON

Date - Août 2025



TIMELINE DES 8 DATES CLÉS DU RECYCLAGE ET TRI SÉLECTIF DES DÉCHETS EN FRANCE



SOMMAIRE DU COURS

1

CHAPITRE 1 : CADRE RÉGLEMENTAIRE DU TRI ET DU RECYCLAGE DES DÉCHETS DANS L'UNITÉ MARCHANDE

- Les obligations légales en matière de gestion des déchets
- Les filières de tri et de recyclage reconnues
- Normes, labels et certifications environnementales

2

CHAPITRE 2 : ORGANISATION OPÉRATIONNELLE DU TRI ET DU RECYCLAGE EN POINT DE VENTE

- Diagnostic des pratiques de tri existantes
- Mise en place d'un dispositif de tri efficace
- Suivi, contrôle et amélioration continue

3

CHAPITRE 3 : IMPLICATION DES ÉQUIPES ET SENSIBILISATION DES CLIENTS

- Formation et responsabilisation des collaborateurs
- Communication et valorisation des démarches écoresponsables
- Intégration du tri et du recyclage dans la stratégie globale de l'unité marchande

CHAPITRE 1 : CADRE RÉGLEMENTAIRE DU TRI ET DU RECYCLAGE DES DÉCHETS DANS L'UNITÉ MARCHANDE

COMPRENDRE LES FONDEMENTS JURIDIQUES

Le cadre réglementaire constitue le socle de toute démarche de gestion des déchets en unité marchande. Ce chapitre présente les textes fondamentaux, les responsabilités et les conséquences du non-respect des obligations légales.

LES OBLIGATIONS LÉGALES EN MATIÈRE DE GESTION DES DÉCHETS

TEXTES LÉGISLATIFS

Code de l'environnement

Loi AGECC (2020)

RESPONSABILITÉS

Tri à la source

Traçabilité

Formation

SANCTIONS

Amendes administratives

Sanctions pénales

Suspension d'activité

LES TEXTES LÉGISLATIFS ET RÉGLEMENTAIRES EN VIGUEUR (CODE DE L'ENVIRONNEMENT, LOI AGECE)



CODE DE L'ENVIRONNEMENT

Ce code encadre la gestion des déchets, posant les principes fondamentaux :

- **Prévention** de la production de déchets
- **Tri et collecte** des déchets
- **Valorisation** (réemploi, recyclage)
- **Élimination** conforme des résidus

Ces principes sont la base des obligations pour les entreprises.

Ces deux textes de loi s'appliquent aux unités marchandes par l'obligation de trier les déchets à la source, de collaborer avec des prestataires agréés et de respecter les filières de recyclage définies par les autorités.



LOI AGECE (2020)

La Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire renforce ces exigences avec des objectifs ambitieux :

- **Interdiction du plastique** à usage unique
- **Allongement de la durée de vie** des produits
- **Généralisation du tri à la source** pour tous

Elle impose aux unités marchandes une collaboration avec des filières de recyclage agréées.

FOCUS : LOI AGECE (2020)

- ① Elle impose le tri à la source des biodéchets d'ici fin 2023 à tous les professionnels, renforce les obligations de REP (Responsabilité Élargie du Producteur) et introduit un affichage environnemental.

TRI À LA SOURCE

Obligation pour tous les professionnels de mettre en place un système de tri des biodéchets avant fin 2023.

RENFORCEMENT REP

Extension du principe de responsabilité élargie du producteur à de nouvelles filières.



RESPONSABILITÉS JURIDIQUES DE L'UNITÉ MARCHANDE ET DE SON RESPONSABLE

Le responsable de l'unité marchande a une obligation de conformité. Il doit:



ORGANISATION DU TRI

Mettre en place un système de tri des biodéchets et autres flux de déchets.



CHOIX DES PRESTATAIRES

Sélectionner des prestataires certifiés pour la collecte et le traitement des déchets.



FORMATION DES ÉQUIPES

Assurer la formation continue du personnel sur les bonnes pratiques de gestion des déchets.



TRAÇABILITÉ DES FLUX

Garantir la traçabilité complète des déchets depuis leur production jusqu'à leur valorisation ou élimination.



CONSÉQUENCES DU NON-RESPECT

Le non-respect de ces obligations expose l'entreprise à des sanctions administratives et pénales significatives.

SANCTIONS EN CAS DE NON-CONFORMITÉ

AMENDES ADMINISTRATIVES

Sanctions financières pouvant atteindre plusieurs dizaines de milliers d'euros

SUSPENSION D'ACTIVITÉ

Possibilité d'arrêt temporaire ou définitif de l'activité commerciale

SANCTIONS PÉNALES

En cas de manquement : amendes administratives, suspension d'activité, voire sanctions pénales. Exemple : absence de tri des biodéchets = amende jusqu'à 75 000 €. Ces sanctions visent à garantir l'application effective du cadre réglementaire.

À RETENIR

“

Le respect du cadre légal n'est pas une option. Il s'agit d'un impératif stratégique pour assurer la pérennité de l'unité marchande et préserver son image.

”



IMPÉRATIF LÉGAL

La conformité aux textes est une obligation non négociable pour toute unité marchande.



ENJEU STRATÉGIQUE

Au-delà de l'aspect réglementaire, la bonne gestion des déchets devient un élément différenciant pour l'image de marque.

LES FILIÈRES DE TRI ET DE RECYCLAGE RECONNUES

COMPRENDRE L'ÉCOSYSTÈME DU RECYCLAGE



TYPES DE DÉCHETS

Identifier et catégoriser les divers déchets produits par les unités marchandes (emballages, papier, plastique, etc.).



FILIÈRES APPROPRIÉES

Orienter chaque type de déchet vers les canaux de tri et de recyclage spécifiques pour une valorisation optimale.



ACTEURS IMPLIQUÉS

Découvrir les différents partenaires et organismes clés de la gestion et du traitement des déchets.

LES DIFFÉRENTS TYPES DE DÉCHETS CONCERNÉS (EMBALLAGES, BIODÉCHETS, DEEE, ETC.)

Les déchets en unité marchande sont variés :



EMBALLAGES

Papier, carton, plastique



BIODÉCHETS

Restes alimentaires, invendus



DEEE

Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques



DÉCHETS DANGEREUX

Batteries, néons, huiles

Chaque catégorie nécessite un tri spécifique et un traitement conforme aux obligations de la filière.

LES ÉCO-ORGANISMES AGRÉÉS ET LEUR RÔLE

MANDAT PRINCIPAL

Mandatés pour collecter, trier et valoriser les déchets en vue de leur recyclage et réutilisation.

MISSIONS CLÉS

Ils assurent le suivi réglementaire, fournissent des statistiques et offrent un appui technique aux distributeurs.

FOCUS SUR LES PRINCIPAUX ÉCO-ORGANISMES



CITEO

Spécialisé dans la collecte et le recyclage des **emballages ménagers** et des **papiers graphiques**.



VALDELIA

Dédié à la gestion et au recyclage des **déchets d'ameublement professionnels** (meublier de bureau, etc.).



ECOSYSTEM

Responsable du recyclage des **équipements électriques et électroniques (DEEE)** et des lampes.

LES OBLIGATIONS D'ENREGISTREMENT, DE TRAÇABILITÉ ET DE DÉCLARATION

Chaque unité marchande doit :



TENIR UN REGISTRE DES DÉCHETS PRODUITS

Document obligatoire recensant tous les flux de déchets sortants



DÉCLARER SES FLUX ANNUELLEMENT À L'ADEME

Transmission des données quantitatives pour le suivi national




CONSERVER LES BORDEREAUX DE SUIVI POUR CHAQUE TYPE DE DÉCHET

Archivage des preuves de traitement conforme pendant 3 ans minimum

Cela permet à l'État de suivre la performance environnementale du secteur.

FOCUS : LE REGISTRE DES DÉCHETS

 Obligatoire à partir de 1 tonne de déchets non dangereux ou 0,1 tonne de déchets dangereux par an. Il permet un contrôle précis de la gestion.

CONTENU DU REGISTRE

- Nature des déchets
- Quantités produites
- Prestataires de collecte
- Destination finale

MODALITÉS DE TENUE

- Format papier ou numérique
- Mise à jour chronologique
- Conservation 3 ans minimum
- Présentation aux autorités sur demande

NORMES, LABELS ET CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES



VALORISATION DES EFFORTS

Reconnaissez et mettez en lumière les actions concrètes de votre unité marchande en matière de gestion des déchets.



CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Bénéficiez d'une structure claire et de lignes directrices précises pour optimiser votre démarche environnementale.

Cycle de certification

ISO 14001- Système de management environnemental



BÉNÉFICES CLÉS DES CERTIFICATIONS



CRÉDIBILITÉ ACCRUE

Renforcez la confiance des clients et partenaires en démontrant un engagement environnemental vérifiable.



DIFFÉRENCIATION SUR LE MARCHÉ

Démarquez-vous de la concurrence et attirez une clientèle soucieuse de l'environnement.



OPTIMISATION ET EFFICACITÉ

Les certifications fournissent un plan pour améliorer continuellement vos pratiques de gestion des déchets, menant à une meilleure efficacité opérationnelle.

ISO 14001, LABEL « POINT VERT », LABEL ÉCO-DÉFIS

ISO 14001

Norme internationale de management
environnemental

LABEL « POINT VERT »

Signal que l'entreprise participe
financièrement à la valorisation de ses
emballages

LABEL ÉCO-DÉFIS

Valorise les TPE/PME locales engagées
dans la réduction des déchets

Ces certifications offrent une reconnaissance officielle des efforts environnementaux déployés.

INTÉGRATION DES NORMES DANS LES PRATIQUES DE GESTION DE L'UNITÉ MARCHANDE

Intégrer une norme signifie :

DÉFINIR UNE POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

Formalisation des engagements et objectifs

FIXER DES OBJECTIFS MESURABLES

Indicateurs de performance précis et suivis

METTRE EN ŒUVRE DES PROCÉDURES

Protocoles opérationnels détaillés

FORMER LE PERSONNEL

Sensibilisation et montée en compétence

RÉALISER DES AUDITS INTERNES

Vérification régulière de la conformité

Cela structure la démarche environnementale au cœur de l'activité.

AUDIT ENVIRONNEMENTAL ET CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE

Un audit permet d'identifier les écarts entre les pratiques et la réglementation. Il facilite la mise en conformité et renforce la crédibilité auprès des partenaires. Il peut être interne ou conduit par un organisme externe.

AUDIT INTERNE

- Réalisé par l'équipe
- Fréquence régulière
- Coût limité
- Moins de crédibilité externe

AUDIT EXTERNE

- Réalisé par un organisme indépendant
- Fréquence annuelle ou bisannuelle
- Coût plus élevé
- Forte crédibilité externe

À RETENIR

“

Normes et labels ne sont pas qu'un affichage marketing. Ils permettent de structurer une démarche qualité continue, visible et valorisable.

”



STRUCTURATION

Les normes fournissent un cadre méthodologique pour organiser la démarche environnementale.



VALORISATION

Les certifications constituent un signal fort envoyé aux clients et partenaires.



AMÉLIORATION

Le processus de certification impose une logique d'amélioration continue bénéfique.

CONCLUSION GÉNÉRALE DU CHAPITRE 1

Le cadre réglementaire du tri et du recyclage des déchets constitue la base incontournable de toute démarche de développement durable dans l'unité marchande. Il s'impose non seulement comme une obligation légale, mais aussi comme un levier de performance globale, de valorisation de l'image de marque et de fidélisation du client.

OBLIGATION LÉGALE

Respect impératif des textes en vigueur

LEVIER DE PERFORMANCE

Optimisation des coûts et des processus

IMAGE DE MARQUE

Valorisation des engagements
environnementaux

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE EN FRANÇAIS

1. **Gestion des déchets – Enjeux et pratiques**, Jean-Marie Lhôte, Éditions Dunod, 2020
2. **L'économie circulaire : Stratégies pour un monde durable**, Emmanuel Bonnet, Éditions Eyrolles, 2021

RÉSUMÉ DES POINTS CLÉS



Le Code de l'environnement et la loi AGEC encadrent strictement la gestion des déchets.



L'unité marchande a une responsabilité légale directe sur la gestion et le tri des déchets.



Les déchets sont classés par filière et nécessitent un traitement spécifique via des éco-organismes.



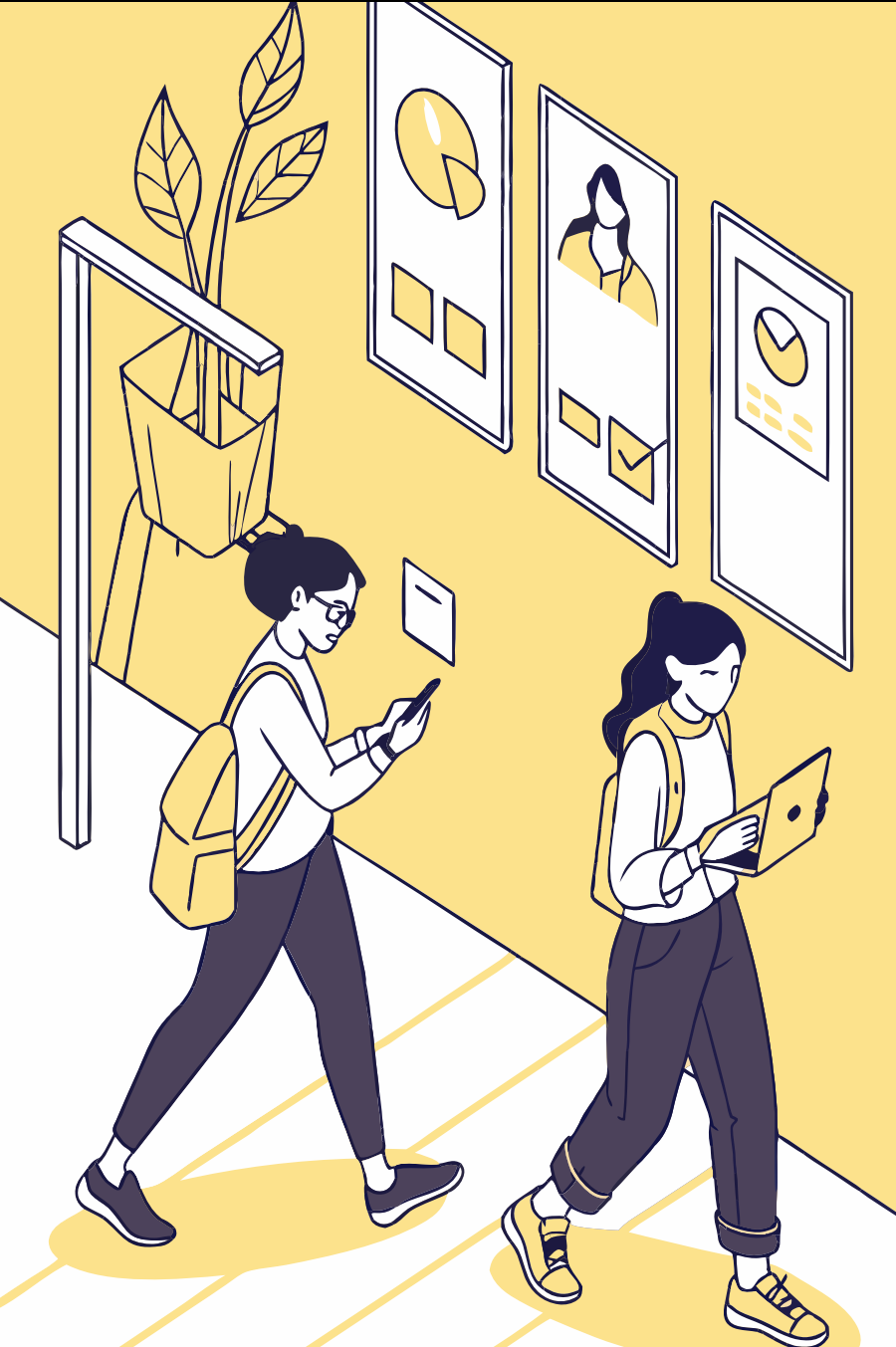
La traçabilité est obligatoire via des registres et des déclarations.



L'obtention de labels et certifications valorise les efforts environnementaux réalisés.



L'audit est un outil clé pour la conformité et l'amélioration continue.



SOURCES

TEXTES OFFICIELS

- Code de l'environnement – Légifrance
- Loi AGEC – Vie-publique.fr

ORGANISMES

- ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie)
- CITEO, VALDELIA, ECOSYSTEM (sites officiels)
- Ministère de la Transition Écologique

CHAPITRE 2 : ORGANISATION OPÉRATIONNELLE DU TRI ET DU RECYCLAGE EN POINT DE VENTE

DIAGNOSTIC DES PRATIQUES DE TRI EXISTANTES

① Le diagnostic est la première étape cruciale pour optimiser le tri et le recyclage en point de vente. Il permet d'identifier précisément les pratiques actuelles et les axes d'amélioration.



ÉVALUATION DES PRATIQUES

Analyse détaillée des méthodes de tri actuelles et des flux de déchets générés.



IDENTIFICATION DES DÉFIS

Détection des points faibles, des obstacles et des erreurs courantes dans le processus de tri.



OPPORTUNITÉS D'OPTIMISATION

Mise en évidence des pistes concrètes pour améliorer l'efficacité du tri et du recyclage.

MÉTHODES D'OBSERVATION ET D'ANALYSE DES FLUX DE DÉCHETS

Avant toute action, il est nécessaire de comprendre comment les déchets sont générés, triés, stockés et évacués. L'analyse des flux de déchets repose sur plusieurs outils simples comme la cartographie des zones de production, la pesée quotidienne, ou encore des grilles d'observation sur site. Cela permet de quantifier et qualifier les déchets produits par l'unité marchande.

CARTOGRAPHIE DES ZONES

Identification précise des lieux de production de déchets

PESÉE QUOTIDIENNE

Mesure quantitative des volumes générés

GRILLES D'OBSERVATION

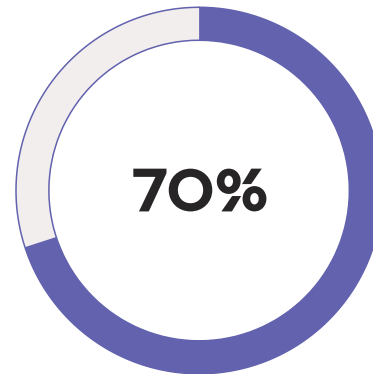
Analyse qualitative des types de déchets

DÉCHETS DE PRÊT-À-PORTER : OÙ AGIR ?

Une enseigne de prêt-à-porter peut constater que la majorité de ses déchets provient des cartons d'emballage et des cintres, ce qui oriente les solutions de tri.

LE CONSTAT CLÉ

Dans une boutique de vêtements, l'analyse révèle que plus de



du volume des déchets est constitué d'emballages carton et de cintres plastiques.

Cette information cruciale permet d'orienter les solutions vers une gestion plus efficace et ciblée :



COMPACTEURS SPÉCIFIQUES

Mise en place de compacteurs dédiés aux cartons pour optimiser leur volume et faciliter le recyclage.



CONTENEURS POUR CINTRES

Installation de conteneurs spécifiques pour les cintres, permettant leur collecte et valorisation séparées.



PROCÉDURES DE TRI ADAPTÉES

Développement et application de procédures de tri sur mesure pour ces flux majoritaires de déchets.

IDENTIFICATION DES ZONES DE PRODUCTION DE DÉCHETS DANS LE POINT DE VENTE

Dans un point de vente, toutes les zones ne génèrent pas les mêmes déchets. On distingue généralement : la réserve, la zone de caisse, la zone de réception, la surface de vente et les bureaux. Chacune nécessite une solution adaptée. Cette analyse spatiale est essentielle pour rationaliser la collecte et limiter les erreurs de tri.

LA RÉSERVE

Cartons, films plastiques, palettes

ZONE DE CAISSE

Tickets, papiers, emballages clients

ZONE DE RÉCEPTION

Emballages de transport, documents

SURFACE DE VENTE

PLV, étiquettes, produits abîmés

BUREAUX

Papiers, consommables informatiques

FOCUS : LES ZONES SENSIBLES AU GASPILLAGE

La réserve et les espaces de réception sont souvent les principaux foyers de production de déchets d'emballages ou de produits invendus.

POINTS D'ATTENTION PARTICULIERS

Ces zones concentrent généralement **plus de 60%** du volume total des déchets générés dans un point de vente.

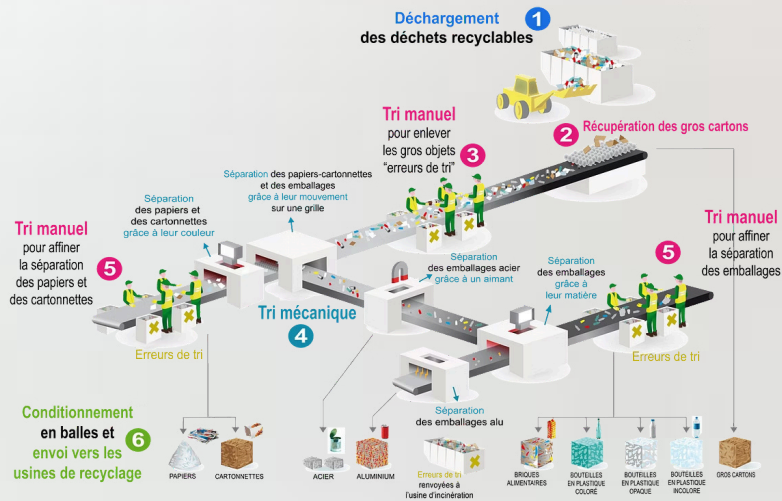
La réserve est particulièrement critique car elle constitue souvent le lieu de déballage des marchandises et de stockage temporaire des emballages. Une organisation déficiente de cet espace peut entraîner des mélanges de déchets et compromettre tout le processus de tri en aval.

ÉVALUATION DES DYSFONCTIONNEMENTS ET DES LEVIERS D'AMÉLIORATION

Le diagnostic doit aussi relever les manquements : absence de poubelles adaptées, erreurs de tri fréquentes, signalétique insuffisante, ou encore surcharge des zones de stockage. À partir de ces constats, on peut proposer des améliorations concrètes : ajout de bacs spécifiques, nouvelles consignes, redéfinition du circuit de collecte.



POINTS CLÉS : STRATÉGIE DE TRI EFFICACE



Un bon dispositif de tri commence toujours par une **observation rigoureuse du terrain** et une identification précise des déchets générés à chaque étape de l'activité.

La qualité du diagnostic initial détermine l'efficacité de tout le système de tri mis en place ultérieurement.

DÉPLOYER UN TRI DES DÉCHETS : STRATÉGIE & SUCCÈS

Après la phase de diagnostic, l'heure est à l'action. La mise en place d'un système de tri des déchets efficace et adapté aux spécificités de votre point de vente est une étape cruciale. Elle repose sur des fondations solides et interconnectées.



PLANIFICATION STRATÉGIQUE

Définir des objectifs clairs et une feuille de route adaptée à votre contexte.



SENSIBILISATION & FORMATION

Engager et former les équipes est essentiel pour une adhésion durable.



INFRASTRUCTURE ADAPTÉE

Choisir le bon équipement et le bon emplacement pour chaque type de déchet.



SUIVI & OPTIMISATION

Mesurer l'impact et ajuster la stratégie pour une amélioration continue.

CHOIX DU MATÉRIEL (CONTENEURS, SIGNALÉTIQUE, AFFICHAGE)

Le choix du matériel est central : les contenants doivent être adaptés à la nature des déchets, aux contraintes d'espace, et faciles d'accès pour les équipes. La signalétique doit être claire, visuelle, multilingue si nécessaire, et idéalement positionnée à hauteur des yeux. Un code couleur harmonisé facilite la reconnaissance rapide.

CONTENEURS ADAPTÉS

Taille, forme et accessibilité en fonction des déchets et de l'espace disponible

SIGNALÉTIQUE CLAIRE

Visuelle, multilingue, positionnée à hauteur des yeux pour une identification rapide

CODE COULEUR

Système harmonisé pour faciliter le tri intuitif par les équipes

EXEMPLE

Conteneur bleu pour papier/carton, jaune pour plastiques, vert pour le verre, marron pour les biodéchets. Ce code est universel en France, conforme aux directives nationales.

CODE COULEUR STANDARDISÉ EN FRANCE

- **Bleu** : papier et carton
- **Jaune** : plastiques et métaux
- **Vert** : verre
- **Marron** : biodéchets

Cette standardisation nationale facilite :

- La formation des équipes
- La compréhension intuitive
- La cohérence avec les habitudes personnelles des employés
- La conformité réglementaire

DÉFINITION DES PROCÉDURES INTERNES DE TRI ET DE RECYCLAGE

Au-delà du matériel, l'efficacité repose sur l'organisation : qui est responsable du tri ? À quelle fréquence ? Où stocker temporairement les déchets ? Il est important de formaliser les procédures dans un document interne partagé, intégré à l'accueil des nouveaux collaborateurs.



DÉFINITION DES RESPONSABILITÉS

Identifier clairement qui est en charge du tri à chaque poste et à chaque moment de la journée



ÉTABLISSEMENT DES FRÉQUENCES

Déterminer à quels moments les déchets doivent être collectés et évacués



ORGANISATION DU STOCKAGE

Prévoir les zones tampons pour le stockage temporaire avant évacuation



DOCUMENTATION FORMALISÉE

Créer un document de référence accessible à tous les collaborateurs

FOCUS: LE PROTOCOLE DE TRI

Ce document opérationnel décrit les consignes de tri, les fréquences de collecte, les zones de dépôt, les contacts prestataires et les règles d'hygiène.

Un protocole de tri efficace est un document vivant, régulièrement mis à jour et facilement accessible par tous les collaborateurs.

ÉLÉMENTS ESSENTIELS DU PROTOCOLE



Consignes précises par type de déchet



Planning de collecte interne



Localisation des zones de dépôt



Contacts des prestataires



Règles d'hygiène et de sécurité

BONNES PRATIQUES



Format visuel et synthétique



Affichage dans les zones stratégiques



Version numérique accessible



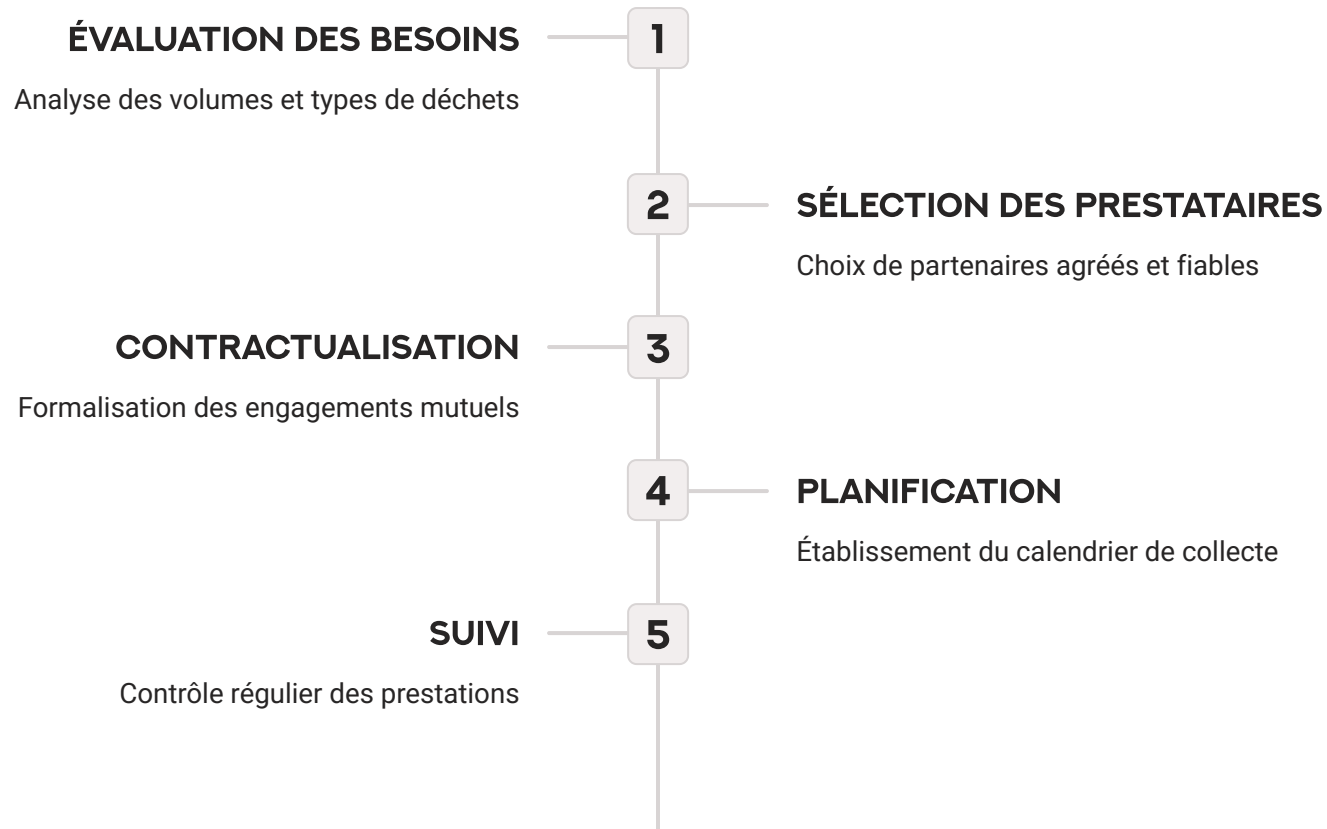
Traduction si équipe multilingue



Mise à jour trimestrielle

CALENDRIER DE COLLECTE ET RELATIONS AVEC LES PRESTATAIRES

Le planning de collecte dépend des volumes et du type de déchets. Certains prestataires peuvent intervenir quotidiennement, d'autres une fois par semaine. Il est essentiel de contractualiser la relation avec un prestataire agréé, garantissant la traçabilité et la conformité réglementaire.



MODÈLES DE COLLECTE DES DÉCHETS: TRADITION VS INNOVATION

Dans les pays scandinaves, les collectes sont souvent mutualisées entre commerçants d'une même rue ou galerie marchande, ce qui réduit considérablement les coûts logistiques. Cette approche innovante contraste avec les méthodes traditionnelles.



MODÈLE FRANÇAIS TRADITIONNEL

- Contrats individuels par commerce
- Passages multiples des prestataires
- Coûts logistiques élevés
- Encombrement des zones de livraison



MODÈLE SCANDINAVE MUTUALISÉ

- Contrats groupés entre commerçants
- Passages optimisés des prestataires
- **Réduction des coûts jusqu'à 30%**
- Fluidification des accès

À RETENIR

La réussite du tri repose autant sur la clarté des outils que sur la rigueur des procédures. Rien ne doit être laissé à l'improvisation.

Un système de tri efficace combine des équipements adaptés, des procédures claires et des partenariats fiables avec les prestataires de collecte.



SUIVI, CONTRÔLE & AMÉLIORATION CONTINUE

La performance durable de votre système de tri commence ici.



LA MISE EN PLACE

Un dispositif de tri n'est pas une fin en soi, mais le point de départ d'une démarche évolutive.



SUIVI ET CONTRÔLE ESSENTIELS

Il est crucial d'instaurer des mécanismes rigoureux de **suiti et d'évaluation** pour mesurer l'efficacité.



L'AMÉLIORATION CONTINUE

Seul un cycle d'**amélioration continue** garantira la performance et la durabilité à long terme.

Préparez-vous à plonger dans les métriques et les processus qui transforment l'effort en excellence.

OUTILS DE MESURE (TAUX DE TRI, VOLUMES, COÛTS)

Mesurer pour progresser. L'unité marchande doit disposer de tableaux de bord pour suivre ses performances : poids total des déchets produits, taux de recyclage, coût de la collecte, taux de conformité. Ces indicateurs sont essentiels pour piloter la stratégie et argumenter face à la direction.

POIDS TOTAL DES DÉCHETS

Mesure de la production globale en kg ou tonnes

TAUX DE RECYCLAGE

Pourcentage des déchets orientés vers des filières de valorisation

COÛT DE LA COLLECTE

Dépenses liées à l'enlèvement et au traitement

TAUX DE CONFORMITÉ

Qualité du tri effectué par les équipes

EXEMPLE

Un magasin qui passe de 30 % à 70 % de tri valorisable en 6 mois grâce à un nouveau dispositif peut justifier un investissement durable.

L'amélioration significative des performances de tri constitue un argument solide pour pérenniser les investissements en matériel et en formation.

Dans cet exemple :

- Situation initiale : 30% de déchets valorisés
- Après 6 mois : 70% de déchets valorisés
- Progression : +40 points
- Impact financier : réduction des coûts d'élimination
- Impact environnemental : diminution de l'empreinte carbone

INDICATEURS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Les KPI (Key Performance Indicators ou Indicateurs Clés de Performance) environnementaux permettent de fixer des objectifs : réduction de 10 % du volume de déchets non recyclables, augmentation du taux de recyclage de 15 %, diminution des erreurs de tri de 50 %. Ces objectifs doivent être réalistes et partagés avec les équipes.

RÉDUCTION DES DÉCHETS NON RECYCLABLES

Objectif : -10% en volume

AUGMENTATION DU TAUX DE RECYCLAGE

Objectif : +15% de matières valorisées

DIMINUTION DES ERREURS DE TRI

Objectif : -50% d'erreurs constatées

Ces indicateurs doivent être suivis régulièrement, idéalement sur une base mensuelle, et communiqués à l'ensemble des équipes pour maintenir la mobilisation collective.

FOCUS : TAUX DE VALORISATION

C'est le pourcentage de déchets réellement recyclés par rapport au total des déchets produits. Il est souvent confondu avec le taux de tri, mais c'est un indicateur plus fiable.

TAUX DE TRI

Mesure la proportion de déchets placés dans les bacs de tri, sans garantie sur leur traitement final.

Exemple : 80% des déchets sont placés dans les bacs appropriés.

TAUX DE VALORISATION

Mesure la proportion de déchets effectivement recyclés ou valorisés après collecte.

Exemple : 65% des déchets sont transformés en nouvelles ressources.

 L'écart entre ces deux taux révèle souvent des problèmes de qualité du tri ou des limites dans les filières de recyclage disponibles.

ACTIONS CORRECTIVES ET RÉAJUSTEMENT DES DISPOSITIFS

Un audit trimestriel ou semestriel permet d'ajuster les actions : changement de fournisseur de collecte, déplacement d'un conteneur mal situé, relance de la communication interne. L'enjeu est d'instaurer une logique d'amélioration continue, intégrée dans les rituels de gestion.



À RETENIR

Un dispositif efficace n'est jamais figé : il évolue en fonction des retours d'expérience, des nouveaux enjeux réglementaires et des pratiques terrain.

L'amélioration continue est la clé d'un système de tri pérenne et performant dans le temps.

CONCLUSION GÉNÉRALE DU CHAPITRE 2

Organiser le tri et le recyclage dans une unité marchande ne s'improvise pas. Cela nécessite une phase de diagnostic rigoureuse, une mise en œuvre structurée, puis un pilotage attentif basé sur des indicateurs. L'objectif n'est pas seulement d'être conforme, mais de devenir acteur du changement environnemental. Une démarche bien conçue permet à la fois de réduire les coûts, d'améliorer l'image de l'enseigne, et de mobiliser les équipes autour d'un projet porteur de sens.



DIAGNOSTIC

Comprendre les flux et identifier les opportunités



MISE EN ŒUVRE

Déployer des solutions adaptées et former les équipes



PILOTAGE

Suivre les performances et ajuster continuellement



OUVRAGES DE RÉFÉRENCE EN FRANÇAIS

1. **Économie circulaire et gestion des déchets**, Éric Bosselut, Éditions Ellipses, 2022

2. **Guide pratique du tri et de la valorisation des déchets**, Pierre Montret, Éditions Techniques de l'Ingénieur, 2021

Ces ouvrages constituent des références essentielles pour approfondir les concepts abordés dans ce chapitre et explorer les meilleures pratiques en matière de gestion des déchets en point de vente.

Ils proposent des approches méthodologiques et des études de cas qui peuvent enrichir la réflexion des professionnels du commerce.

RÉSUMÉ DES POINTS CLÉS

- Le diagnostic est la première étape d'un tri efficace : il identifie les zones et types de déchets.
- Le choix du matériel et la formalisation des procédures garantissent l'opérationnalité.
- La relation avec les prestataires doit être contractualisée et suivie.
- Le suivi repose sur des indicateurs fiables comme le taux de valorisation.
- Le réajustement des dispositifs est essentiel pour garantir une démarche durable.
- La performance environnementale est un levier de motivation interne et d'image externe.



DIAGNOSTIC APPROFONDI

Identifier précisément les flux et les zones



PROCÉDURES FORMALISÉES

Structurer l'organisation du tri



PARTENARIATS FIABLES

Sélectionner et suivre les prestataires



AMÉLIORATION CONTINUE

Ajuster régulièrement le dispositif

SOURCES

- ADEME : Guide « Réduire et trier ses déchets en entreprise »
- Ministère de la Transition Écologique : Fiches pratiques du tri
- CITEO : Documentation sur les dispositifs de tri en point de vente
- Observatoire national des déchets
- Éco-Organismes (VALDELIA, ECOSYSTEM)

RESSOURCES OFFICIELLES

Ces sources institutionnelles garantissent des informations fiables et conformes à la réglementation en vigueur.

L'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) et le Ministère de la Transition Écologique proposent des guides pratiques régulièrement mis à jour.

CITEO et les éco-organismes offrent un accompagnement spécifique aux entreprises dans leur démarche de gestion des déchets.

CHAPITRE 3 - IMPLICATION DES ÉQUIPES ET SENSIBILISATION DES CLIENTS

FORMATION ET RESPONSABILISATION DES COLLABORATEURS



FORMATION ESSENTIELLE

Une formation adéquate garantit la mise en œuvre d'une stratégie de tri sélectif et de recyclage efficace au sein de votre espace commercial.



ENGAGEMENT DES ÉQUIPES

Impliquez activement vos employés pour qu'ils deviennent des acteurs clés de cette démarche écologique.



UNE OPPORTUNITÉ DE VALEUR

Passez d'une simple contrainte à une véritable opportunité de valoriser votre image et vos pratiques durables.

CONTENUS ET FORMATS DE FORMATION SUR LE TRI SÉLECTIF

Former les équipes est indispensable pour assurer la réussite du dispositif de tri. La formation doit transmettre les règles du tri, expliquer les enjeux environnementaux, et présenter les outils disponibles dans l'unité marchande. Les formats peuvent varier selon les publics : ateliers en présentiel, modules e-learning, quizz interactifs ou affichages pédagogiques sur site.



ATELIERS PRÉSENTIELS

Sessions interactives permettant une mise en pratique immédiate



E-LEARNING

Modules accessibles à tout moment pour une formation flexible



QUIZZ INTERACTIFS

Évaluations ludiques pour renforcer les connaissances acquises

EXEMPLE CONCRET

Une enseigne de grande distribution organise une demi-journée de sensibilisation en réserve, avec jeu de tri grandeur nature et explication du parcours des déchets collectés.

"Cette formation pratique a permis à nos équipes de visualiser concrètement l'impact de leurs gestes quotidiens."



BÉNÉFICES OBSERVÉS

- Meilleure compréhension des enjeux
- Implication accrue des équipes
- Réduction des erreurs de tri

RÔLES ET MISSIONS DE CHACUN DANS LE PROCESSUS

Chaque membre de l'équipe a un rôle précis : Le personnel de caisse doit sensibiliser les clients à l'éco-emballage, les équipes de réception doivent trier les emballages dès l'ouverture des colis, les managers doivent superviser la conformité. Il est essentiel de formaliser ces responsabilités dans les fiches de poste ou les guides de procédures.

PERSONNEL DE CAISSE

- Sensibiliser les clients
- Proposer des alternatives aux sacs plastiques
- Signaler les besoins en matière de communication

ÉQUIPES DE RÉCEPTION

- Trier dès l'ouverture des colis
- Séparer les différents matériaux
- Optimiser le volume des déchets

MANAGERS

- Superviser la conformité
- Former les nouveaux collaborateurs
- Assurer le suivi des indicateurs

FOCUS : L'EXEMPLARITÉ MANAGÉRIALE

Un responsable d'unité qui trie lui-même ses déchets, rappelle les consignes et félicite les bonnes pratiques crée un effet d'entraînement positif.

L'IMPACT DE L'EXEMPLARITÉ

Selon une étude de l'ADEME, les comportements vertueux se propagent **2,5 fois plus rapidement** lorsque les managers montrent l'exemple au quotidien.

"Les équipes ne font pas ce que vous leur demandez de faire, elles font ce que vous faites."

ANIMATION INTERNE ET BONNES PRATIQUES

L'animation permet de maintenir la motivation et l'adhésion des équipes sur le long terme. Cela peut passer par des challenges internes, des affichages des taux de tri, des récompenses symboliques ou des retours d'expérience partagés. Les bonnes pratiques doivent être valorisées, mutualisées et réactualisées régulièrement.



CHALLENGES D'ÉQUIPE

Organiser des défis mensuels avec objectifs de tri mesurables



TABLEAU DE SUIVI

Afficher les résultats et célébrer les progrès collectifs



RECONNAISSANCE

Valoriser les initiatives individuelles et collectives

À RETENIR

La formation initiale est un point de départ. C'est l'animation continue et l'implication de chacun qui garantissent un changement durable des comportements.



CE QUI FONCTIONNE

- Formation régulière et adaptée
- Responsabilités clairement définies
- Exemplarité à tous les niveaux
- Animation dynamique et valorisante



PIÈGES À ÉVITER

- Formation ponctuelle sans suivi
- Responsabilités floues ou ignorées
- Incohérences entre discours et pratiques
- Absence de reconnaissance des efforts

Tout savoir sur le recyclage



COMMUNICATION ET VALORISATION DES DÉMARCHES ÉCORESPONSABLES



ENGAGER VOS CLIENTS

Après avoir formé vos équipes, il est essentiel de communiquer efficacement auprès de vos clients sur vos engagements environnementaux.



RENFORCER VOTRE IMAGE DE MARQUE

Découvrons ensemble comment transformer ces actions en une valeur ajoutée significative pour votre réputation et votre positionnement.

OUTILS DE COMMUNICATION À DESTINATION DES CLIENTS

Informer les clients sur les engagements environnementaux de l'unité marchande contribue à construire une relation de confiance. Les supports peuvent être variés : affiches dans les rayons, étiquettes vertes, QR codes vers les engagements RSE de l'enseigne, vidéos en boucle sur écran d'accueil ou en ligne.

COMMUNICATION VISUELLE

- Affiches pédagogiques
- Étiquettes écologiques
- Signalétique dédiée

COMMUNICATION DIGITALE

- QR codes informatifs
- Réseaux sociaux
- Newsletters dédiées

COMMUNICATION INTERACTIVE

- Bornes d'information
- Ateliers clients
- Événements thématiques

EXEMPLE CONCRET

Une enseigne cosmétique affiche dans sa vitrine la quantité de plastiques recyclés chaque mois, issue des retours clients.

✓ Cette transparence a augmenté le taux de retour des emballages de en trois mois.

"Nos clients apprécient de voir concrètement l'impact de leur participation au programme de recyclage. C'est devenu un élément de fidélisation important."

— Responsable marketing d'une enseigne de cosmétiques

MISE EN AVANT DES ENGAGEMENTS RSE (RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES)

Le tri et le recyclage font partie intégrante de la politique RSE. Il convient de les relier aux autres axes de l'engagement de l'enseigne : réduction de l'empreinte carbone, circuits courts, bien-être au travail. Une communication cohérente et alignée avec les valeurs de la marque est plus crédible et plus engageante pour les consommateurs.



PILIER ENVIRONNEMENTAL

- Tri et recyclage
- Réduction des emballages
- Économie d'énergie



PILIER SOCIAL

- Bien-être au travail
- Diversité et inclusion
- Engagement local



PILIER ÉCONOMIQUE

- Circuits courts
- Partenariats durables
- Innovation responsable

FOCUS : COMMUNICATION POSITIVE ET PÉDAGOGIQUE

Il est plus efficace de montrer les résultats obtenus et les progrès réalisés que de moraliser ou culpabiliser les clients. La pédagogie favorise l'adhésion.



COMMUNICATION À PRIVILÉGIER

- **Résultats concrets** : "Grâce à vous, nous avons recyclé 2 tonnes de carton ce mois-ci"
- **Bénéfices partagés** : "Ensemble, nous contribuons à préserver nos ressources"
- **Conseils pratiques** : "Voici comment trier facilement vos emballages"



COMMUNICATION À ÉVITER

- **Culpabilisation** : "Si vous ne trie pas, vous détruisez la planète"
- **Injonctions** : "Vous devez absolument recycler tous vos déchets"
- **Discours moralisateur** : "Les bons clients sont ceux qui trient"

RÉDUCTION DE L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE COMME VECTEUR D'IMAGE

Les consommateurs valorisent les marques engagées. Une politique visible de tri et de réduction des déchets améliore l'image de l'unité marchande, attire une clientèle plus responsable, et peut même justifier un positionnement premium. Il s'agit ici de passer d'une contrainte réglementaire à un levier marketing et différenciateur.

"73% des consommateurs français déclarent privilégier les enseignes engagées dans une démarche environnementale."

– Étude Observatoire de la Consommation Responsable, 2023

BÉNÉFICES D'IMAGE

- Perception positive de la marque
- Fidélisation d'une clientèle engagée
- Différenciation concurrentielle
- Attractivité pour les nouveaux talents

À RETENIR

Le client ne voit pas toujours l'arrière-boutique. Il faut rendre visible l'invisible pour démontrer la sincérité des engagements de l'enseigne.



TRANSPARENCE

Communiquer sur les actions concrètes et mesurables plutôt que sur des intentions



COHÉRENCE

Aligner les messages avec les pratiques réelles de l'enseigne



PÉDAGOGIE

Expliquer simplement les enjeux et valoriser la contribution de chacun



INTÉGRATION DU TRI ET DU RECYCLAGE DANS LA STRATÉGIE GLOBALE DE L'UNITÉ MARCHANDE

Le tri et le recyclage ne sont pas des actions isolées mais des piliers fondamentaux pour une vision stratégique plus large de votre unité marchande. Découvrez comment transformer ces pratiques en un levier de performance et d'engagement.



STRATÉGIE GLOBALE

Inscrire le tri et le recyclage dans une démarche stratégique cohérente pour votre unité marchande.



INTÉGRATION OPTIMALE

Harmoniser ces pratiques avec vos opérations quotidiennes pour une efficacité accrue.



AVANTAGE CONCURRENTIEL

Convertir vos actions environnementales en un atout distinctif sur le marché.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE COMME LEVIER DE PERFORMANCE

Intégrer le tri et le recyclage dans la stratégie commerciale permet de générer de la valeur : réduction des coûts liés aux déchets, meilleure attractivité pour les clients et les talents, fidélisation accrue. L'approche durable n'est plus une option marginale, mais un levier de performance économique, sociale et environnementale.

15%

RÉDUCTION DES COÛTS

Économies réalisées en moyenne par les enseignes optimisant leur gestion des déchets

67%

PRÉFÉRENCE CLIENT

Consommateurs privilégiant les marques engagées dans le développement durable

3X

ENGAGEMENT COLLABORATEURS

Les employés sont trois fois plus engagés dans les entreprises à forte valeur environnementale

LE CONCEPT STORE ÉCORESPONSABLE : UN MODÈLE DE RÉUSSITE

Découvrez comment un concept store visionnaire a transformé ses engagements écologiques en un véritable succès commercial, attirant une clientèle fidèle et militante. Cet exemple concret illustre parfaitement comment l'intégration du développement durable peut stimuler la performance et la résonance de votre marque.



ACTIONS MISES EN PLACE

- Mobilier fabriqué à partir de matériaux recyclés
- Système de consigne pour les emballages
- Partenariat avec des producteurs locaux
- Ateliers zéro déchet pour les clients



RÉSULTATS OBTENUS

- **+40%** de fréquentation en un an
- **92%** de taux de fidélisation
- **-30%** de coûts liés aux déchets
- Couverture médiatique positive

SYNERGIES AVEC D'AUTRES ENGAGEMENTS (ÉCONOMIE CIRCULAIRE, ANTI-GASPILLAGE)

Le tri s'inscrit dans une logique plus large : réduction à la source, réemploi, réparation, revente des invendus, dons aux associations. Ces pratiques peuvent être mutualisées avec d'autres partenaires (fournisseurs, collectivités, clients) dans une démarche d'économie circulaire, qui maximise l'impact positif du point de vente.



FOCUS : L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

C'est un modèle qui vise à utiliser les ressources le plus longtemps possible, en extrayant leur valeur maximale avant de les recycler. Le tri est une porte d'entrée vers cette transformation.

PRINCIPES FONDAMENTAUX

- **Éco-conception** : concevoir des produits durables et recyclables
- **Écologie industrielle** : mutualiser les ressources entre acteurs économiques
- **Économie de fonctionnalité** : privilégier l'usage plutôt que la propriété
- **Consommation responsable** : acheter durable et privilégier la qualité



IMPACT POUR L'ENSEIGNE

L'économie circulaire permet de réduire les coûts d'approvisionnement de _____ et de créer de nouvelles sources de revenus.

ÉVALUATION GLOBALE DE L'IMPACT ET VALORISATION DANS LE REPORTING ENTREPRISE

Les actions de tri doivent être intégrées dans les bilans extra-financiers de l'entreprise : indicateurs RSE, rapports annuels, communication auprès des investisseurs. Cela renforce la légitimité de la démarche, attire les financements responsables et consolide la réputation de l'enseigne.

INDICATEURS QUANTITATIFS

- Volume de déchets triés par catégorie
- Taux de valorisation des déchets
- Économies réalisées (€)
- Réduction des émissions de CO2

INDICATEURS QUALITATIFS

- Perception de l'image de marque
- Satisfaction collaborateurs
- Engagement client
- Partenariats développés

SUPPORTS DE VALORISATION

- Rapport RSE annuel
- Communication institutionnelle
- Candidatures aux labels
- Relations investisseurs

À RETENIR

Plus qu'une simple obligation, le tri devient un indicateur stratégique de transformation commerciale durable et responsable.



3 NIVEAUX D'INTÉGRATION

1. **Opérationnel** : gestion quotidienne
2. **Tactique** : différenciation commerciale
3. **Stratégique** : transformation du business model

"Les entreprises qui intègrent pleinement les enjeux environnementaux dans leur stratégie connaissent une croissance **4,5 fois supérieure** à leurs concurrents moins engagés."

– Étude McKinsey sur la performance durable, 2023

CONCLUSION GÉNÉRALE DU CHAPITRE 3

La réussite d'un dispositif de tri sélectif repose sur l'adhésion des parties prenantes. Former les collaborateurs, les responsabiliser, les impliquer dans un projet commun, puis sensibiliser les clients à ces actions concrètes transforme une contrainte réglementaire en opportunité commerciale. En intégrant ces enjeux dans la stratégie de l'unité marchande, l'enseigne renforce son efficacité opérationnelle, son attractivité et sa crédibilité sociétale.

SENSIBILISATION ET FORMATION

Créer une culture d'entreprise où le tri est intégré naturellement dans les pratiques

COMMUNICATION ET VALORISATION

Transformer les actions internes en arguments de différenciation

INTÉGRATION STRATÉGIQUE

Faire du développement durable un véritable levier de performance

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE EN FRANÇAIS

1. **Management durable et conduite du changement**, Jean-Pierre Bouchez, Éditions EMS, 2023

"Un guide complet pour transformer les pratiques managériales à l'ère des défis environnementaux."

2. **Communication responsable – Entre enjeux éthiques et stratégie d'entreprise**, Florence Touzé, Éditions Vuibert, 2022

"Comment réconcilier efficacité commerciale et engagement authentique."

RÉSUMÉ DES POINTS CLÉS

- La formation est essentielle pour faire vivre le dispositif de tri sur le terrain.
- Chacun doit connaître et assumer ses responsabilités dans le processus.
- La communication pédagogique et transparente crée une dynamique positive auprès des clients.
- Le tri et le recyclage s'intègrent dans une démarche RSE plus large.
- L'économie circulaire offre des synergies vertueuses avec les objectifs de tri.
- L'unité marchande devient plus performante, attractive et alignée avec les attentes sociétales.



COLLABORATEURS IMPLIQUÉS

Des équipes formées et responsabilisées sont la clé du succès



CLIENTS ENGAGÉS

Une communication transparente renforce la confiance et la fidélité



STRATÉGIE COHÉRENTE

L'intégration du tri dans une vision globale multiplie les bénéfices

SOURCES

INSTITUTIONS

- ADEME : « Sensibiliser et former au tri en entreprise »
- Observatoire RSE – Medef
- Ministère de la Transition Écologique

ORGANISMES SPÉCIALISÉS

- Citéo – Guide de sensibilisation client
- Réseau Vrac – Communication environnementale en point de vente
- Rapport 2023 sur l'économie circulaire – Institut de l'Économie Positive

Ces sources constituent une base documentaire solide pour approfondir votre démarche de tri et de recyclage en contexte commercial.

**MERCI D'AVOIR SUIVI CE COURS SUR "APPLIQUER
ET FAIRE APPLIQUER LES RÈGLES ET OBLIGATIONS
LÉGALES CONCERNANT LE RECYCLAGE ET LE TRI
SÉLECTIF DES DÉCHETS DANS L'UNITÉ
MARCHANDE"**



**ECOLE DE
COMMERCE DE**

LYON

