



## RAZZIA ANTI-GASPI DANS LE BASSIN DE THAU (34)



**Occitanie**  
**Bassin de Thau**

**Bénéficiaire**  
Agglopôle de Sète

**Partenaires**  
- Direction régionale ADEME Occitanie  
- Conseil Régional

**Coût (HT)**  
**Coût global** : 220 000 €/an pendant 5 an  
(20 000€/an pour l'opération « bateau-pirate »)  
**Financement** :  
- ADEME : 120 000€/an  
- Conseil Régional d'Occitanie :  
100 000€/an

**Bilan en chiffres**  
1500 à 2000 foyers/an  
6000 à 7000 foyers touchés/an

**Date de lancement**  
2012

### Pourquoi agir ?

Le Programme Local de Prévention de Déchets Ménagers (PLPDM), financé par l'ADEME pour la période 2012-2017 dans le bassin de Thau, s'est traduit, entre autres, par des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire visant 3 cibles principales : la restauration collective et privée, la grande distribution et le grand public.

#### Restauration collective et privée :

**4 restaurateurs privés du bassin de Thau ont bénéficié d'un accompagnement** pour améliorer leurs pratiques anti-gaspi en instaurant des petites et grosses parts, en généralisant le doggy-bag et en utilisant d'avantage les circuits courts. Les actions sur la restauration collective ont été limitées car les marchés étaient déjà lancés et l'Agglopôle n'avait pas les compétences en interne pour revoir les cahiers des charges.

#### Grande distribution.

**Pour rapprocher les supermarchés des organismes de collecte de don alimentaire**, un groupe de travail a été mis en place (voir focus). L'opération a permis d'intégrer dans la collecte des moyennes surfaces qui n'avaient pas, jusque-là, de lien avec le secteur social. De plus, une dizaine d'ateliers-cuisine « zéro gaspi » ont été animés par des restaurateurs dans les supermarchés pour montrer aux consommateurs comment il est possible de cuisiner sans générer des déchets (ou presque...).

#### Grand public.

Tous les ans pendant 3 semaines, sur les plages de l'Agglopôle, à Marseillan, Sète et Frontignan, les vacanciers ont la surprise de voir **un bateau-pirate échoué sur le sable**. Lors de cette opération de sensibilisation à la lutte contre le gaspillage, les volontaires sont invités à une chasse au TRIsor, à la reconversion d'objets trouvés sur la plage en objets utiles ou à des pêches aux déchets. Cette action a fait partie d'une campagne plus large mise en place par l'Agglopôle, « Razzia sur nos assiettes » avec une web-série de 4 épisodes mettant en scène des situations de gaspillage avec des acteurs.

**Les scolaires ne sont pas oubliés** : l'Agglopôle fait appel à des associations du bassin de Thau pour des jeux et activités artistiques dans les écoles.



## Présentation et résultats

### Méthodes utilisées

**Restauration collective et privée :** la mesure du gaspillage est possible en comptant simplement le nombre de bacs de tri utilisés. C'est ainsi que l'impact des actions mises en place a pu être évalué. Les actions pilotes avec les 4 restaurateurs impliqués ont permis de mettre au point une méthodologie d'accompagnement qui sera mise en œuvre en 2019 auprès de nouveaux restaurateurs qui veulent faire évoluer leurs pratiques avec l'application de la redevance « anti-gaspi » comme levier.

**Grande distribution :** l'Agglopolo a remédié au manque de concertation diagnostiqué avec un groupe de travail (voir focus)

**Grand public :** le choix s'est porté essentiellement sur des campagnes de communication décalées et humoristiques, afin de créer une forte adhésion des cibles et d'avoir des relais dans les médias (créer le buzz). Ainsi, **la web-série** a été très remarquée et a eu un fort impact alors qu'elle a été réalisée avec les ressources humaines locales pour 3 500 € seulement.

Les actions se sont concentrées l'été (bateau-pirate) et pendant la Semaine européenne de réduction des déchets pour s'intégrer dans un processus plus large. Les campagnes d'affichage ont profité de la compétence de l'Agglopolo sur les transports (bus, abris-bus).

### Résultats

**Résultat global du PLPDM :** réduction des déchets à la source de 7% avec le développement du compostage et la promotion de nouveaux modes de consommation essentiellement.

**Résultats spécifiques pour la lutte anti-gaspi :**

- **Web-série :** 2 000 vues, voir en suivant ce lien : [https://www.youtube.com/results?search\\_query=sete+agglopolo+razzia](https://www.youtube.com/results?search_query=sete+agglopolo+razzia)
- **Ateliers-cuisine :** 1 500-2 000 foyers touchés par an.
- Le nombre de grandes et moyennes surfaces impliquées dans le don alimentaire est passé de 5 à 13. **Le don a augmenté de 10%** (120 tonnes en 2017).
- **Ateliers scolaires :** 10 classes par an soit 300 élèves par an.

### Difficultés

Difficultés à toucher la restauration privée sans faire le lien entre actions anti-gaspi et bénéfices financiers. Cela sera facilité avec la mise en place en 2019 de la redevance « anti-gaspi », prélevée sur le nombre de bacs de déchets générés par les restaurateurs.

### Facteurs de reproductibilité

A la fin du PLPDM, les actions vont continuer sans le financement de l'ADEME. Le groupe de travail comprenant la grande distribution et le secteur social continue à se réunir régulièrement. Les campagnes de communication sont reconduites. Les actions avec la restauration privée seront élargies à l'ensemble du territoire dans un contexte où l'économie du tourisme et de la santé (avec les stations thermales) est vitale pour le

« Mille milliard de détritrus ! Tremblez poubelles trop remplies et emballages mal triés, les pirates du Recycleur ont débarqué ! »

**Message des animateurs du bateau-pirate qui débarque sur les plages du bassin de Thau tous les étés**

### Focus

**Comment les surplus des supermarchés peuvent-ils servir davantage à l'aide alimentaire ?** Les études réalisées par l'Agglopolo ont montré que les obstacles identifiés pouvaient être largement aplanis par une concertation organisée : **le planning des collectes** établis par les Centres Communaux d'Actions Sociales (CCAS) ne convenait pas aux supermarchés. Responsables principaux de la redistribution du don alimentaire aux associations caritatives (comme la banque alimentaire de l'Hérault), les CCAS ont adapté leur agenda à celui des grandes surfaces et la quantité des dons a pu augmenter. Réciproquement, les denrées offertes par les supermarchés ne correspondaient pas toujours aux attentes des CCAS : là encore, il a suffi de se mettre d'accord pour que la demande soit satisfaite.

**Les supermarchés** avaient aussi besoin d'un retour sur investissement sous la forme d'informations sur l'utilisation de leurs dons. Ces retours ont permis de valoriser leurs actions auprès des consommateurs. Une campagne de communication a été mise en place pour valoriser leur engagement. Ce dialogue a été rendu possible grâce à la **mise en place d'un groupe de travail mensuel**. Celui-ci continue de se réunir régulièrement malgré la fin du PLPDM.



### POUR EN SAVOIR PLUS

- Sur le site internet de l'ADEME : <https://www.ademe.fr>
- Le site de l'ADEME en Région : <https://occitanie.ademe.fr/>

### CONTACTS

- Nicolas Rouyer, animateur tri-prévention, Sète Agglopolo Méditerranée, 4 avenue d'aigues, BP 600, 34110 Frontignan cedex. Tel : 04 67 46 47 20 - E-mail : [n.rouyer@agglopolo.fr](mailto:n.rouyer@agglopolo.fr).
- ADEME Direction régionale Occitanie : [christiane.chartier@ademe.fr](mailto:christiane.chartier@ademe.fr) / [bertrand.veron@ademe.fr](mailto:bertrand.veron@ademe.fr) (sept 2019)



L'ADEME est un établissement public sous tutelle conjointe du ministère de la Transition écologique et solidaire et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

ADEME Occitanie – Juin 2019



@ademe

[www.occitanie.ademe.fr](http://www.occitanie.ademe.fr)

