

# ACCEPTATION DES CONTENANTS DES CONSOMMATEURS

## Le contexte

Face à la multiplicité des emballages plastiques qui entourent nos produits de consommation, la vente en vrac est un excellent moyen de limiter la production de déchets. Même si cette pratique peut paraître évidente et facile à mettre en œuvre pour les fruits et légumes ou encore les produits secs (fruits secs, légumineuses, etc.), elle l'est moins pour les denrées alimentaires périssables.

L'atelier du jeudi 26 septembre avait pour objectif d'inciter les professionnels à accepter les contenants des consommateurs, à donner un éclairage sur les responsabilités du commerçant ou du restaurateur qui souhaite s'engager dans cette démarche, et de poser les bases d'une communication concertée **commerçant – consommateur** au travers d'outils adaptés.

Au total, 43 participants se sont réunis dans l'hémicycle de la province Sud pour échanger sur les pratiques liées à la remise directe des produits dans des contenants apportés par les consommateurs et sur certains freins à lever. Les Chocolats Morand, Malongo Café Store, la Boucherie d'Auteuil, l'Assiette Filante / RestôGest et les grandes et moyennes surfaces ont témoigné de leur expérience sur les alternatives aux plastiques à usage unique et particulièrement sur l'acceptation des contenants apportés par les consommateurs.



## 1 LES RESPONSABILITÉS LIÉES À L'HYGIÈNE

Au cœur des débats : les **aspects relatifs à l'hygiène, principaux freins au développement de cette pratique**. La direction des risques sanitaires (DRS) de la ville de Nouméa, en délégation de compétences du SIVAP (service d'inspection vétérinaire, alimentaire et phytosanitaire), confirme que, lorsque le contenant est apporté par le consommateur, la responsabilité du professionnel s'arrête au moment où le produit est délivré au client. Le professionnel doit avant tout s'assurer que le contenant est propre et adapté au contact alimentaire. Pour les plats préparés, le remplissage doit se faire dans une zone définie, respectant les principes de la marche en avant, considérant que le contenant apporté est susceptible d'être source de contaminants (service réalisé hors laboratoire ou zone de préparation).

### Le saviez-vous ?

Les consommateurs apportant leur propre contenant représentent une faible part de la clientèle pour la majorité des commerçants (de 1% à 5%), excepté pour les épiceries spécialisées (Biomonde, Naturalia, Épicerie Vrac, La Vie Claire). Néanmoins, cette pratique tend à se développer, la demande clientèle est croissante.



## 2 UNE PRATIQUE TIMIDE À DÉVELOPPER

Certains commerçants encouragent l'apport personnel de contenants, encouragement motivé par le surcoût relatif aux substituts des plastiques. D'autres incitent le geste en appliquant une remise commerciale, ou encore en réduisant le prix du produit vendu en vrac.

**Cette pratique peut toutefois présenter certains inconvénients :**

- Temps supplémentaire pour la pesée, notamment lors de périodes d'affluence
- Emballages à usage unique « design » important pour les produits de luxe
- Étanchéité des contenants apportés pas toujours garantie, source d'insatisfaction client (plats en sauce, etc.)

Les grandes et moyennes surfaces ont fait part de leur crainte à accepter cette pratique, principalement en raison des difficultés inhérentes aux périodes d'affluence (contrainte de temps, gestion des aléas), et de la nécessité de réorganiser certains rayons de vente en remise directe.

### Des pistes de réflexion

Pour pallier ces difficultés, la mise en pratique pourrait s'envisager dans un premier temps sur une période définie, limitée aux heures creuses, ou sur un type de rayon identifié.



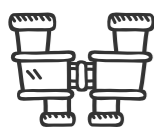
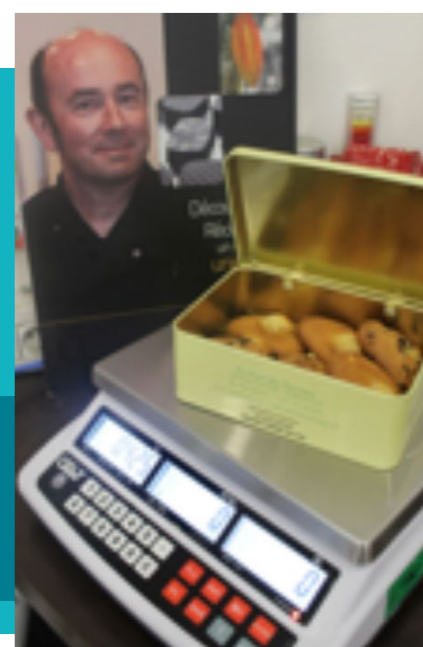
## 3 OUTILS DE COMMUNICATION

**Pour développer et faciliter la remise directe dans les contenants des consommateurs**, les participants ont soulevé l'importance d'une communication grand public sensibilisant à la fois les consommateurs et les professionnels, appuyant entre autres, les notions de responsabilité en termes d'hygiène et les conseils de bonnes pratiques à adopter.

### L'exemple des Chocolats Morand

Nous acceptons les contenants s'ils sont propres et adaptés au contact alimentaire. Les produits vendus en vrac sont principalement des produits secs (madeleines, macarons, chocolats, etc.). Aucun nettoyage du contenant n'est effectué par le personnel. Nous n'acceptons pas les contenants à l'avance, pour des raisons logistiques et de stockage, qui doit se faire en zone de vente, hors laboratoire.

Nous disposons d'une balance avec tare, au niveau de la caisse. Cette pratique est facile à mettre en œuvre, mais peut être contraignante lors des périodes d'affluence, ajoutant un temps de service supplémentaire. Nous encourageons cette pratique par une remise commerciale de 10% faite en caisse. Depuis l'adoption de la loi du pays relative aux matières plastiques, de plus en plus de clients viennent avec leurs contenants.



## PERSPECTIVES

Suite à cet atelier, la province Sud développera des supports d'information et de communication à destination des professionnels (réalisation en collaboration avec le SIVAP et la DRS de la ville de Nouméa), et des consommateurs afin d'encourager la pratique et d'informer sur les conditions d'apport de ses propres contenants.

La province Sud proposera également une action d'accompagnement auprès de services de gamelles en vue d'adapter leur organisation pour pouvoir accepter les contenants apportés par les clients.

En parallèle, l'association Zéro Déchets en Nouvelle-Calédonie prévoit, dans le cadre de son projet « Mon commerçant s'engage », de publier un guide à destination des commerçants, et de mettre à disposition des stickers permettant d'identifier les commerçants qui acceptent les contenants.



## CONTACT

Direction du Développement Durable des Territoires  
Bureau de la Gestion des Déchets  
Katy CIRET 20 34 00

Retrouvez les supports de présentation sur [province-sud.nc](http://province-sud.nc)