Réactualisation du concept de recyclerie existant par le département Ludwigsburg (Allemagne)

AWIPLAN

Auteur :

Servipôle
30 avenue du Général Leclerc
10200 BAR SUR AUBE
Voir le site internet
Kristina Bellenoue
k.bellenoue@awiplan.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

La création d'une bourse de produits d'occasion en 1991. La réflexion sur la réduction des déchets à enfouir a démarré dès le début des années 90. A cette époque, les quantités d'encombrants étaient en forte augmentation parallèlement à de faibles capacités de décharge. En créant une bourse de produits d'occasion en 1991, l'AVL avait pour objectif : - la diminution des quantités de déchets encombrants - la collecte de produits réutilisables au bénéfice de personnes défavorisées qui pourront ainsi obtenir gratuitement des meubles, appareils électriques et d'autres objets utiles. Concrètement, cette bourse était constituée d'un hall où les habitants du Ludwigsburg pouvaient apporter gratuitement tout objet en bon état et dont ils n'avaient plus besoin (meubles, des appareils électriques, lampes, vélos, poussettes, livres etc.) La bourse de produits d'occasion a toujours eu un très bon accueil et les quantités apportées et enlevées, en constante augmentation. Les premières difficultés à la fin des années 90. De sérieuses difficultés apparurent à la fin des années 90. En effet, si les habitants continuaient à apporter des objets, les bénéficiaires étaient de moins en moins des personnes dans le besoin mais plutôt des revendeurs commerciaux cherchant à s'approvisionner pour les brocantes ou pour une revente dans les pays de l'Est. Ces revendeurs se plaçaient sur le terrain de façon à récupérer les objets avant même qu'ils ne soient stockés dans le hall prévu pour cela. Ceci a dissuadé les véritables destinataires de la bourse à venir et les objets restant disponibles étaient les moins intéressants... La bourse, quasiment sous le commandement des revendeurs, était devenue une véritable plaque-tournante pour la revente commerciale vers les pays de l'Est... Devant une telle évolution et même si ces revendeurs ont également contribué à éviter que ces objets aillent en décharge, le volet social n'étant pas respecté, il était impératif de réagir et de réfléchir au devenir de cette initiative. La définition d'un nouveau concept d'accueil des objets d'occasion Les critères du nouveau concept ont ainsi été établis : - Création d'un magasin attrayant d'objets d'occasion. - Mise en vente des objets, augmentant leur intérêt - Vente à des prix modiques - Apport d'objets en état de fonctionnement par les habitants en excluant tout autre approvisionnement - Situation centrale, à proximité d'un grand centre commercial, bien desservi par les transports en commun.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Evaluation de l'action surtout concernant les forces et faiblesses d'ordre organisationnel et les potentiels Rapport sur le retour d'expérience.

Résultats quantitatifs

7 premiers mois de fonctionnement (septembre 2006 à mars 2007) Vente d'objets 5 723 objets encombrants (mobilier, appareils électriques, poussettes...) vendus, soit en moyenne 39 objets par jour. S'y ajoutent environ 19 500 petits objets (livres, vaisselle, casseroles, disques...) dont plus de 5 700 livres. Chiffres d'affaires 79 860 €, soit 11 400 € par mois. Ces recettes ne couvrent pas les coûts de fonctionnement mais permettent des économies du fait de la diminution des quantités d'encombrants à collecter et à éliminer. Les prix de vente sont très intéressants. Exemples : canapé 25 €, table basse 15 €, poussettes 6 €, petits objets (livres, jeux, disques, vaisselle...) 1€. Seuls quelques objets, soit très anciens, soit en état quasiment neuf ou des pièces spéciales sont

vendues à des prix plus élevés. L'objet le plus cher vendu était une armoire paysanne du 18e siècle achetée par un amateur 600 €, ce qui est très exceptionnel. 150 t de déchets encombrants évités L'impact sur les quantités de déchets est difficile à mesurer car les objets vendus ne sont pas pesés. Mais une estimation a été faite en supposant que les gros objets pèsent en moyenne 25 kg ;nous avons pu éviter pendant ces 7 premiers mois, 150 t de déchets encombrants. Ceci correspond à une économie de collecte et de traitement d'environ 20 000 €. L'objectif est d'augmenter encore fortement les quantités vendues pour améliorer davantage cet effet d'économies.

Résultats qualitatifs

Une fiche détaillée présentant les résultats obtenus dans cette action a été rédigée par AVL. Elle est disponible auprès d'AWIPLAN (Kristina BELLENOUE et Jean-Michel SIDAINE, awiplan@wanadoo.fr), partenaire du programme OPTIGEDE et co-auteur de ce travail avec AVL.

Le magasin, nommé "Warenwandel" (...) a un écho très positif. Satisfaction des clients sur : - la gamme de produits proposée - l'ambiance du magasin. Un profil de clientèle très divers Beaucoup de personnes viennent régulièrement et achètent toutes les semaines des piles entières de livres ou elles viennent tout simplement chiner pour trouver du mobilier et profiter des bas prix. Les jeunes familles s'intéressent surtout au mobilier, poussettes et jouets. Certains viennent sporadiquement pour chercher de vieux disques Vinyle des années 70 pour les offrir en cadeau. D'autres clients s'intéressent surtout aux placards aménagés ou au mobilier en chêne. Les motivations des "apporteurs" Les personnes qui apportent des objets sont tout à fait satisfaites avec le nouveau magasin. Beaucoup d'entre lelles viennent exprès au magasin pour que leurs objets ne finissent pas à la poubelle. Certaines sont d'ailleurs très déçues lorsque l'état de l'objet ne permet pas de le garder en magasin pour revente et doit être finalement apporté en décharge. Types d'objets vendus Meilleures ventes : canapés, tables basses, chaises, poussettes et valises. Depuis peu, le magasin vend aussi des tapis en bon état. Pour les armoires, la demande est malheureusement supérieure à l'offre. Cas exceptionnels : mobilier ancien, collection complète de plus de 100 ans d'âge des œuvres de Goethe, porcelaine de Meissen, argenterie mais aussi fauteuils en cuir presque neufs...

MISE EN OEUVRE

Planning

AVL :

- présente la bourse aux produits d'occasion

- évalue les points faibles et les avantages du système

- décrit les possibilités d'optimisation de la bourse ou de développement d'activités possibles

Les difficultés à surmonter : Aménagement du bâtiment selon le nouveau concept Le bâtiment, un ancien hangar de stockage, était très sombre, froid et mal isolé. L'espace réservé à la réception des objets était trop petit et peu accueillant, ressemblant presque à un quai de transfert de déchets. Des travaux de rénovation étaient nécessaires. Qualifications du personnel.

La création d'un véritable magasin a modifié le fonctionnement du site et exigé de nouvelles compétences. Identification du magasin Afin de réussir le passage entre la bourse aux produits d'occasion et le nouveau magasin, il fallait travailler sur une véritable identité de celui-ci avec un nouveau nom.

La réalisation du projet

Travaux

Début : fin avril 2006 (date à laquelle l'ancienne bourse ferma définitivement ses portes)

Durée : quatre mois (réaménagement du hall et des espaces extérieurs)

- création d'une ambiance gaie et agréable : jeu de couleurs, larges baies vitrées, espace clair et accueillant (murs blancs, sol en linoléum gris, tons jaunes chauds pour les panneaux mobiles et les caisses).

- panneaux mobiles permettant de séparer l'espace de vente en plusieurs pièces si nécessaire - mezzanine avec des étagères pour des petits articles (livres, vaisselle, jeux...) créant un espace de vente supplémentaire, tout en offrant une vue intéressante sur l'autre espace de vente.

- grand espace réservé à la réception, l'inventaire, le contrôle et l'étiquetage des marchandises ;

Le fonctionnement du magasin d'occasion "Warenwandel"

Toutes les étapes de la création du magasin : Ouverture et fonctionnement de la réception-vente des objets

• Ouverture du nouveau magasin le 1er septembre 2006.

• Réception des marchandises dès le mois d'août pour pouvoir proposer à l'ouverture une gamme intéressante de produits.

• Tous les objets réceptionnés sont vérifiés quant à leur état de fonctionnement : l'AVL doit garantir les produits vendus pour une durée d'un an.

• Tous les appareils électriques sont vérifiés avec un appareil spécifique pour tester leur état puis dotés d'une vignette de contrôle avant leur vente.

• Tous les objets doivent être en état de marche, entiers et propres.

•Tous les objets sont enregistrés dans un logiciel spécifique aux magasins d'occasion et étiquetés avec des prix. Ce logiciel permet une exploitation en continu et des informations sur l'offre en cours et le chiffre d'affaires. Communication :

• Nom du magasin, "Warenwandel" ("transformation de marchandises", avec un jeu de mot sur le shopping), associé au logo en forme de cercle identifie bien le nouveau concept et la nouvelle vie des objets.

• Communication ciblée essentiellement sur les "apporteurs", clés de l'attractivité du magasin : des pictogrammes spécifiques ont été conçus afin de les motiver à apporter leurs objets anciens au magasin.

• Information des habitants via un grand article dans le journal bi-annuel de l'AVL distribué à tous les ménages ainsi que des plaquettes, cartes et annonces dans la presse locale.

• Création d'un site internet dédié www.warenwandel.de.

• Les 100 premiers apporteurs d'objets ont reçu un T-Shirt indiquant "Je suis un apporteur".

• Carte d'apporteur multiple .

Moyens humains

Personnel employé : 6 personnes dont 2 à mi-temps.

Presque tous ont une formation ou du moins une expérience dans le commerce de détail. Le personnel n'effectue pas de travaux de réparation. Le fonctionnement du magasin nécessite beaucoup de personnel. Ceci est classique pour tout magasin d'occasion. Tous les objets doivent être inventoriés, vérifiés et enregistrés.

Les petits objets sont rangés selon un système spécifique et présentés sur les étagères de la mezzanine, puis décorés.

Le mobilier arrivant en général en pièces détachées doit être monté et les appareils électriques sont vérifiés.

Moyens financiers

Travaux de modification : 294 000 €. AVL 50 %, Programme LIFE Environnement 50%

Moyens techniques

-

Partenaires mobilisés

AVL Awiplan SARL

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Le magasin "Warenwandel" a apporté aux habitants du département une nouvelle possibilité pour se débarrasser des objets dont ils n'ont plus l'utilité afin qu'ils servent à d'autres personnes évitant ainsi le gaspillage et le risque d'enfouissement.

Le magasin est devenu une opération réellement exemplaire pour la prévention des déchets dans le département de Ludwigsburg.

Cette expérience, que ce soit sur ses aspects positifs ou les erreurs d'organisation, pourra être utile à d'autres collectivités ayant des projets similaires.

Difficultés rencontrées

Sur le fond, la forme et le contenu Le magasin "Warenwandel" se distingue assez nettement des autres magasins d'occasion dont les exploitants sont en général des organisations caritatives tandis que le Warenwandel est

directement exploité par l'AVL, entreprise publique dont le rôle est la prévention, la valorisation et l'élimination de déchets.

La plupart des magasins d'occasion proposent des objets ayant un caractère de brocante ou de marché aux puces et se situent dans de vieux bâtiments ou des halls. Notre magasin tranche nettement avec son espace clairement structuré, l'ambiance gaie et agréable, rappelant plutôt un grand magasin.

Contrairement à la majorité des magasins de ce type qui sont spécialisés dans les vêtements, tout ce qui peut se vendre est accepté : mobilier, appareils électriques, luminaires, vélos, vaisselle, livres, jeux, valises, poussettes, tableaux etc.

La carte d' « apporteur multiple » à points Elle permet de fidéliser les donneurs et d'assurer ainsi une large gamme de produits sur le long terme. Elle a été mise en place en mai 2007 et fonctionne selon un système de points : pour chaque apport, la carte est tamponnée une ou plusieurs fois selon la quantité d'objets apportée. Au bout de 12 tampons, l'apporteur reçoit un bon d'achat d'une valeur entre 10 et 14 €. Un service de ramassage.

En raison de la forte demande, un service de ramassage a été mis en place pour une période test de 6 mois. Ceci permet aux personnes ne pouvant pas transporter les meubles qu'elles souhaitent donner, de bénéficier d'un ramassage sur demande contre une participation aux frais de transport de 5 € pour chaque objet encombrant. Cette participation ne couvre pas les frais mais le service de ramassage des encombrants existant hors par ailleurs n'est pas payant, les donneurs ne sont pas prêts à payer davantage ce service.

Recommandations éventuelles

- Prévoir un espace suffisant pour le stockage : la faible surface de stockage du bâtiment pour la marchandise réceptionnée limite la flexibilité du magasin.

- Recruter du personnel qualifié est important, notamment au démarrage du magasin.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | COLLECTE DES DECHETS | DECHETERIE | EMPLOYE | MENAGE | DECHET ENCOMBRANT | BOIS

Dernière actualisation

Janvier 2012

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions