



## Valorisation des invendus non alimentaires

### CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

---



**PHENIX**  
34 rue Le Guyader  
<http://www.wearephenix.com/>



Rousseau  
Pierre-Marie  
Bretagne  
[pierre-marie.rousseau@ademe.fr](mailto:pierre-marie.rousseau@ademe.fr)

Mots-clés: Espace privé Artisans / commerçants, , Associations, Bâtiment, , Collecte, Animation,, Maîtrise des coûts, Bois / meubles,, Equipements électriques et électroniques, Recyclerie/ressourcerie

### CONTEXTE

---

#### Description du contexte de l'action:

Les entreprises détruisent 6 fois plus qu'elles ne donnent alors que la destruction des invendus génère entre 5 à 20 fois plus d'émissions de gaz à effet de serre que la réutilisation. L'enjeu du projet porté par PHENIX est à la fois de bousculer le paradigme actuel de gestion des invendus et déchets des professionnels, pour réaligner les intérêts des émetteurs et des collecteurs et de favoriser les filières de traitement les plus vertueuses.

Phenix intervient depuis 2014 sur l'ensemble du territoire français, les opérations relatées dans cette fiche concernent les départements 35 et 56.

Phenix s'est positionné comme "facilitateur de don " et intermédiaire entre des magasins de bricolage et des associations de réemploi. L'objectif étant d'identifier des matériaux (revêtement de sol, peintures, décoration, luminaire, etc...) qui habituellement sont jetés car abimés ou justes déréférencés, et de les proposer à des structures œuvrant autour du réemploi. L'enjeu étant de diminuer l'impact environnemental du gaspillage en trouvant un modèle économique win-win-win grâce aux possibilités de mécénat par le don en nature.

### OBJECTIFS ET RÉSULTATS

---

#### Objectifs généraux:

- Agir pour le **développement durable** en allongeant la durée de vie de produits et ainsi diminuer leur impact écologique et bilan carbone.

- Faire des **économies** sur le coût gestion des invendus en évitant le stockage et en réduisant les coûts de mise au rebut.
- Favoriser le **développement de structures de l'ESS**, via le réemploi, en permettant à des organismes de bénéficier d'éléments qualitatifs, neufs, pour alimenter leurs activités sans augmenter leurs charges.

### Objectifs quantitatifs :

- Réduire de 10% le tonnage mis en benne (Tout flux confondu)
- Réaliser au moins 2 ramasses par mois et installer un fonctionnement sur le long terme
- Permettre d'alimenter au moins 4 structures ESS du territoire

### Résultats quantitatifs:

#### Magasin 1 :

- 3.5 ramasses par mois soit 42 en 2017
- Poids moyen par ramasse: 700kg – Valeur comptable moyenne 1000

#### Magasin 2 :

- 2.9 ramasses par mois soit 35 en 2017
- Poids moyen par ramasse :3.4t – Valeur comptable moyenne 5000€

#### Association 1 :

- 16 ramasses en 2017
- 30 t d'invendus revalorisées

#### Tonnage mis en benne :

- Tonnage moyen/mois mis en benne en 2017 = 51 t
- Réduction d'environ 5 % du tonnage grâce aux ramasses en 2017

#### Structures ESS :

- 5 structures de l'ESS dans le domaine du non alimentaire en 2017 sur les 56, via divers partenariats

### Résultats qualitatifs :

- Le personnel des lieux de vente est sensibilisé et formé aux bonnes pratiques de l'antigaspi.
- Des coopérations économiques se mettent en place entre acteurs de l'ESS et acteurs de l'économie conventionnelle, les invendus des uns deviennent la matière premières des autres.
- Les acteurs de l'ESS intègrent ainsi dans leurs activités plus de produits neufs et non pas uniquement issus de la récupération. Ces dons constituent une baisse de charges pour les structures.

## MISE EN OEUVRE

## Description de l'action :

Phenix forme les équipes des lieux de vente aux bonnes pratiques de don, identification des process internes.

Les magasins mettent à disposition des associations leurs invendus par l'intermédiaire de la plateforme numérique Phenix Exchange.

Phenix elabore un planning de ramasse, met a disposition les offres de don auprès des associations via une plateforme numérique.

Phenix assiste aux premières ramasses, assure la bonne prise en compte des contraintes et besoins de chacune des parties.

Les associations effectuent les ramasses avec leur moyens logistiques.

Phenix fournit un bilan des opérations lors de points mensuels dans un premier temps puis trimestriels.

## Planning:

Notre activité a démarré en 2015 et s'est pérennisée avec 90% des émetteurs et 100% des récepteurs.

- Mi – 2015 : premiers contacts avec l'enseigne Leroy Merlin.
- Début 2016 :
  - Le magasin de Vannes a été approché. Nous avons mis du temps à identifier les bons interlocuteurs et ensuite à trouver le bon timing pour mettre en place la première opération.
  - Premiers contacts avec l'AMISEP.
- Mars 2016 : les premières ramasses ont eu lieu au magasin de Vannes.
- Juin 2016 : la convention de partenariat avec l'AMISEP est signée.
- Août 2016 : les premières ramasses ont eu lieu au Leroy Merlin de Betton.

## Année principale de réalisation:

2017

## Moyens humains :

PHENIX: 1 chargé de projet sur le secteur Bretagne

Leroy Merlin: 1 responsable logistique est le référent interne pour le partenariat et un à deux collaborateurs logistiques trient les produits en démarque pour identifier et lister les références qui peuvent être données. (2h/semaine en croisière)

Association: Les équipes de ramasse sont constituées de 2 à 3 personnes. La ramasse dure 2 à 3h avec le trajet. Le temps de tri dépend du volume de la ramasse.

## Moyens financiers :

PHENIX: Salaire, frais de déplacement lors des visites.

Leroy Merlin: Salaires

Associations: Salaires, entretien des moyens logistiques

### **Moyens techniques :**

Balisage, équipement de sécurité.

## **VALORISATION**

---

### **Facteurs de réussite :**

Le partenariat est gagnant-gagnant-gagnant :

- Le magasin réalise des économies ;
- Phénix développe une activité créatrice d'emploi (90 personnes en 4 ans) ;
- Les associations baissent leurs charges et créent de nouvelles activités qui supportent l'insertion.

### **Difficultés rencontrées :**

- Il peut y avoir une résistance au changement de process dans les magasins.
- Il faut faire coïncider les volumes proposés aux besoins/capacités des récepteurs.

### **Recommandations éventuelles:**

Associer dans les partenariat des structures ayant de gros besoins et grosses capacités avec des structures qui ont des besoins et capacités plus limitées.

## **DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®**

---



[Découvrir](#)



Dernière actualisation de la fiche : **janvier 2019**

Fiche action réalisée sur le site : [www.optigede.ademe.fr](http://www.optigede.ademe.fr)

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.