

# Programme local de prévention des déchets du SMITED

*Compte rendu par Geneviève Paillaud pour CIMES*

A l'invitation du SMITED, nous sommes allés le 2 octobre, à une réunion sur le programme de prévention des déchets.

L'invitation précisait que ce programme a pour but de diminuer de 7% la production d'ordures ménagères d'ici 2014. Pour ce faire, des actions concernant différents thèmes tels que le compostage, les circuits courts ou encore l'éco-exemplarité seront développées. Des actions envers les associations et les élus sont développées.

Nous nous présentons et déception car outre la présence de la représentante du SMITED, il y a peu de monde à cette réunion : 2 représentants de CIMES, 2 de PROM'HAIES, 1 représentant des Jardiniers de France en ce qui concerne l'associatif, et un seul élu local (non Mellois).

Le projet présenté est porté par le SMITED et il bénéficie d'une subvention pour la prévention des déchets de 120 000 €/an de l'ADEME pour 12 communautés de communes.

Les thèmes sont imposés par l'ADEME :

- promotion du compostage et des techniques alternatives,
- éco-exemplarité pour les collectivités qui doivent diminuer leurs déchets comme par exemple l'achat de gobelets plastiques réutilisables ainsi que de gros efforts pour diminuer l'utilisation du papier,
- sensibilisation,
- éco-consommation (changement de comportement): travail avec les grandes surfaces pour limiter les déchets, pour lutter contre le gaspillage alimentaire, pour promouvoir les couches lavables,
- travail avec les entreprises pour plus d'éco-production et d'éco-conception,
- diminution de l'utilisation du papier : stop pub,
- dynamisation des acteurs locaux: le programme commencera vraiment cette année,
- travail sur les déchets dangereux.

Nous faisons remarquer que le SMITED demande aux entreprises de s'engager vers plus d'éco-production et d'éco-conception mais qu'il doit montrer l'exemple en faisant, par exemple, imprimer ses documents par des entreprises labellisées Imprim'Vert. Réponse : Ce serait bien mais on fait où s'est le moins cher.

En ce qui concerne les entreprises et les grandes surfaces, le SMITED ne se veut nullement contraignant (d'ailleurs, il n'en a pas les moyens) et veut faire avancer les choses par le dialogue. Il n'a que peu d'entrées au niveau des entrepreneurs mais peut travailler avec les grandes surfaces qui sont à son écoute.

Nous demandons si le SMITED, lors de la campagne IDEAL 79, interviendrait, avec nous, pour participer à l'opération anti déchets dans les grandes surfaces locales en enlevant les emballages à la sortie des caisses et en laissant ces derniers à la charge des commerçants. Si les commerçants sont réceptifs au problème comme annoncé, ils n'y verraient aucune objection.

Réponse : non, nous ne pouvons pas nous montrer agressifs.

Bref, peu de monde à cette réunion, pas d'action forte, une sensibilisation aimable mais sans que cela ne génère un coût. La volonté annoncée : réduction de 7% d'ordures ménagères d'ici 2014 ne nous paraissait pas très ambitieuse mais nous comprenons pourquoi.

En complément de ce compte rendu, une des grandes surface melloise s'engage dans cette campagne, voici sa communication (nous avons volontairement enlevé le nom de l'enseigne) : *Nous participons à l'expérimentation sur l'affichage environnemental lancé par le ministère du développement durable grâce à une information dématérialisée sur l'impact environnemental des*

*produits –accessibles par téléphonie mobile et par internet. Dès le mois de novembre dans nos magasins en pays Mellois !*

*En pays Mellois -toujours très actif sur l'engagement citoyen, nos points de vente s'associent à la nouvelle campagne « Idéal 79 » initiée par le conseil général en association avec les Smited, incitant les citoyens à une consommation plus responsable grâce à la réduction des déchets ménagers.*

*L'ecolo-pass à LIRE absolument pendant la semaine du développement durable en novembre ! sur nos produits à marque propre, cet étiquetage environnemental ciblé sur le tri et la recyclabilité des emballages permet aux consommateurs de consommer plus « juste ».*

Cette communication se termine par une pub assez éloignée du sujet mais qui nous fait bondir: *Huile de palme durable ! c'est l'engagement pris par notre enseigne dans la composition des produits alimentaires à marque propre.*

OUAH! L'huile de palme durable, c'est quoi cette chose ? C'est là où l'on voit que la frontière entre écologie militante et marketing vert est réelle. Ce que nous savons sur l'huile de palme c'est qu'à cause de son très faible coût, elle est de plus en plus utilisée dans une grande variété de produits : céréales, margarine, crème glacée, biscuiteries, pains industriels, barres chocolatées... Or, rajouter du gras (huile de palme) dans une alimentation déjà trop riche en corps gras saturés, est irresponsable : n'y a-t-il pas trop de maladies cardiovasculaires et d'obésité ? De plus, les plantations de palmiers à huile causent la destruction de la forêt tropicale (= extinction des orang-outans...) et causent le rejet très important de dioxyde de carbone dans l'atmosphère. (A cause des feux de forêt, l'Indonésie est devenu le troisième producteur de CO2 de la planète!!!). Ce qui est vraiment durable, c'est de ne plus consommer et de ne plus produire de produits avec de l'huile de palme.