

Dossier



Plastique, le mythe du recyclage

Désastre écologique, les déchets plastiques envahissent les océans et tuent. Gouvernements et entreprises réagissent, mais recycler ne suffira pas : le monde doit bouleverser ses modes de consommation.



Moham Gibran/Solent News/Sipa

Un cachalot échoué sur les côtes de Sardaigne avec 22 kg de plastique dans l'estomac. Un albatros retrouvé mort sur une plage des îles Midway, dans le Pacifique nord, le corps envahi de déchets. Une baleine échouée à Mabini, aux Philippines, avec 40 kg de plastique dans le ventre. Ces images ont fait le tour du monde. Comme celles des fameux gyres, ces continents de plastique flottant dans les océans. De véritables soupes de déchets qui s'accumulent sous l'effet de courants circulaires. Le plus impressionnant se trouve entre Hawaï et la Californie. Une décharge flottante de 80 000 tonnes de déchets venant du monde entier : capsules, bouteilles, sacs, emballages, gobelets, filets de pêche... Elle fait près de six fois la taille de la France. Chaque année, 100 000 mammifères et 1 million d'oiseaux meurent par étranglement ou étouffement. Alors que la production mondiale de plastique dépasse 320 millions de tonnes par an, entre 8 et 12 millions finissent dans nos océans.

Magnus Larsson/Alamy Stock Photo

Face à l'émotion suscitée par ce désastre écologique, une vocation est née : ramasseur de déchets marins. Les projets fleurissent. En 2018, un ingénieur néerlandais de 25 ans,

Albatros, cachalots, baleines... Chaque année, **100 000 mammifères et 1 million d'oiseaux** meurent par étranglement ou étouffement, victimes des 8 à 12 millions de tonnes de déchets plastiques qui finissent dans les océans.



Capture Video Storyful news

Les gyres sont de véritables continents de déchets et de plastiques flottant dans les océans, qui s'accumulent sous l'effet de courants circulaires. Le plus impressionnant se trouve entre Hawaï et la Californie, avec 80 000 tonnes de déchets.

Boyan Slat, partait en fanfare de San Francisco à l'assaut du gyre du Nord-Pacifique, avec The Ocean Cleanup. Son ambition ? Nettoyer tous les océans à 90 % d'ici à 2040. Quatre mois plus tard, après de nombreuses déconvenues, il déclarait forfait, n'ayant réussi à collecter que 2 tonnes de plastique.

Le navigateur Yvan Bourgnon travaille lui aussi à la mise au point d'un voilier géant afin de nettoyer les océans : le *Manta*. Mais pour François Galgani, chercheur à l'Ifremer et à la tête d'un groupe d'experts sur les déchets marins pour la Commission européenne, « c'est utopique de croire que l'on va collecter le plastique qui flotte sur les océans. » Non seulement c'est compliqué (en raison du vent, des courants, des vagues), mais en réalité, ces décharges flottantes ne représentent que 2 % des déchets, la majorité s'étant décomposée en fragments ou en microparticules non récupérables avalés par les poissons. Pour finir dans nos assiettes.

Blocages techniques

Difficile de se passer du plastique. Léger, solide, souple ou rigide, opaque ou transparent, ce matériau a un potentiel immense. Dans l'industrie automobile, il permet l'allègement des équipements. Dans l'alimentaire, il est le meilleur filtre de protection... Mais conçus pour durer, les plastiques sont principalement produits pour un usage court. Emballages, sacs, bouteilles, pailles... Jetés aussitôt achetés. Rarement collectés, portés par les vents, poussés par les pluies, ils finissent dans les égouts, les rivières et donc les océans.

Que faire ? Recycler ? 100 % du plastique recyclé d'ici à 2025, c'est l'objectif qu'a fixé Emmanuel Macron, alors que la France est un des plus mauvais élèves de l'Europe avec 22 % de ces déchets recyclés. Le problème, c'est que ce n'est pas possible pour tous les plastiques. Exemple : les yaourts en pack. Les pots eux-mêmes sont facilement recyclables, mais pas la partie supérieure, rigide, qui maintient le tout ! Cela dépend des molécules utilisées. Et puis, il y a un obstacle : le coût. **Recycler coûte souvent beaucoup plus cher** que de produire. Il faut donc ►►►

Dossier

►►► pousser les industriels à réduire les emballages, à utiliser davantage des plastiques recyclables ou d'autres types de matériaux. C'est l'objectif du Pacte national sur les emballages plastiques signé en février avec l'Etat par des industriels et des distributeurs : Auchan, Carrefour, Casino, Franprix, Monoprix, Système U, Coca-Cola, Danone, L'Oréal, Nestlé, Unilever... (lire ci-contre). Trois ONG – la Fondation Tara Expéditions, la Fondation Ellen MacArthur et le WWF France – sont chargées de valider la mise en œuvre. Un process initié par la secrétaire d'Etat à la Transition écologique, Brune Poirson, qui se félicite de la méthode : « Des incitations plutôt qu'une loi. » Le gouvernement légifèrera si les engagements ne sont pas respectés.

Elimination à la source

Partout en France et dans le monde, des start-up tentent d'apporter des solutions : recyclage, consigne, vente en vrac, nouveaux matériaux biodégradables (lire page 46)...

Mais dans l'immédiat, la solution la plus efficace consiste à éliminer le plastique à la source. La loi relative à la transition énergétique a ainsi imposé l'interdiction des sacs plastiques à usage unique depuis le 1^{er} janvier 2017. Cela va être également le cas pour certains produits domestiques comme les pailles, les cotons-tiges ou les gobelets, à compter du 1^{er} janvier 2020. De nombreux pays adoptent des dispositions similaires.

Inquiets, les plasturgistes, dont le poids est considérable dans l'économie mondiale, ont réagi et créé l'Alliance internationale pour l'élimination des déchets plastiques. Ils vantent le recyclage et promettent un investissement de quelque 1,5 milliard de dollars. Passant outre le fait que les plastiques, classés en sept catégories, ne peuvent tous être réutilisés. Trop compliqué, trop coûteux, trop polluant. Comme le rappelle le Programme des Nations unies pour l'environnement, « les produits chimiques, ajoutés aux polymères, les matériaux mélangés, les emballages contaminés par des aliments... rendent le recyclage ardu et coûteux ».

Ghislaine Ottenheimer

EMBALLLEMENT NOCIF



320 millions de tonnes de plastiques produits chaque année dans le monde.



8 à 12 millions de tonnes de déchets plastiques finissent chaque année dans les océans.



1 million de bouteilles plastiques vendues chaque minute dans le monde.

137 000 mégots jetés par terre chaque seconde dans le monde.

100 000 mammifères tués chaque année par le plastique. Et 1 million d'oiseaux.

SOURCES : PLASTICSEUROPE, MARKET RESEARCH GROUP, SCIENCE (13 FÉVRIER 2019), EUROMONITOR, INTERNATIONAL RESEARCH, OMS ET GREENPEACE.



PASCAL CANFIN, EX-DIRECTEUR DU WWF FRANCE, NUMÉRO DEUX DE LA LISTE RENAISSANCE (LREM) AUX EUROPÉENNES.

“Les industriels doivent produire différemment”

Challenges. Il y a une foultitude d'initiatives pour lutter contre le plastique. Sont-elles efficaces ?

Il y a une prise de conscience qu'on est en train de transformer l'océan en une immense poubelle. Contrairement au CO₂, c'est une pollution qui se voit. C'est un vrai sujet, à la fois en termes de changement climatique – car le plastique c'est du pétrole –, de biodiversité et de pollution visuelle. Pourtant, pendant des années, la question n'a pas été jugée prioritaire. Et on a pris énormément de retard en matière de tri et de recyclage. En France, on ne recycle que 22% des plastiques. C'est moins cher pour les industriels de payer une taxe à l'écoemballage que de recycler. C'est absurde, mais c'est en train de changer. La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte a interdit les sacs plastiques à usage unique. En 2021, les principaux plastiques à usage unique (assiettes, gobelets, pailles...) seront interdits. Le Pacte national sur les emballages plastique, signé avec 55 grandes entreprises, vise à réduire l'usage d'emballages non recyclables, à améliorer l'incorporation de matières recyclées...

Mais le plastique n'est recyclable qu'une fois, 100% de recyclable en 2025, c'est une folie !

Il y a effectivement un mythe, entretenu par certains plasturgistes, qui consiste à dire que le plastique n'est pas un problème puisqu'on peut le recycler. Tous les plastiques ne sont pas recyclables – cela dépend des molécules utilisées –, mais il existe des solutions techniques. Et il y avait surtout un problème de rentabilité. Or un rapport de la Fondation Ellen MacArthur, en collaboration avec McKinsey, montre qu'il peut y avoir une spirale vertueuse avec une vague d'innovations. Atteindra-t-on 100% ? C'est bien d'avoir des objectifs ambitieux. Il faut surtout convaincre les industriels de produire différemment. De renoncer aux emballages inutiles. Filière par filière. Et puis il faut que les citoyens adoptent les bons gestes : sachiez-vous qu'une des pires pollutions plastiques, ce sont les mégots de cigarettes ? Nettoyer l'océan, c'est possible ?

En réalité, on ne récupère que 2% des déchets, en surface. La grande majorité se décompose en micro-particules avalées par les poissons, pour finir dans nos assiettes.

Propos recueillis par G. O.

Photo : Fondation Challenges

Les industriels recyclent leur modèle tout plastique

Sous pression, les multinationales de la grande consommation allègent leur packaging et transforment leur mode de distribution. Un mouvement général, mais à géométrie variable.

« Rien ne disparaît vraiment. Le principe de jeter quelque chose n'existe pas. Nous déplaçons juste le problème. » Ce qui sonne comme un slogan de Greenpeace est celui... d'une multinationale. Il y a quelques jours, adidas a lancé les premières baskets 100% recyclables. Dans son film publicitaire, le groupe allemand, qui en vend plus de 400 millions de paires par an, affirme son nouveau credo : *made to be remade* (fait pour être refait). « C'est vers cela qu'il faut aller, explique Marco Kormann, le directeur de l'innovation. Sinon notre business model ne sera plus tenable. » Comme adidas, tous les industriels sont au pied du mur. Les consommateurs sont ulcérés par ces emballages qui remplissent leurs poubelles. « Le plastique est léger et résistant. Il n'y a pas mieux, explique Virginie Hélias, vice-présidente en charge du développement durable chez P&G. Le problème, c'est que moins de 10% des 9 milliards de tonnes produites à ce jour ont été recyclées. Le reste a fini brûlé ou jeté dans les océans. » L'annonce par la fondation Ellen MacArthur qu'en 2050 les mers contiendraient plus de plastiques que de poissons a servi d'électrochoc. En France, le rejet de ce matériau fétiche de la grande consommation va de pair avec la défiance des grandes marques, à son sommet.

Objectifs ambitieux

Particulièrement concerné, Danone, avec ses bouteilles d'eau minérale et ses pots de yaourts, s'est fixé des objectifs élevés. En 2025, sa marque Evian n'utilisera que du plastique recyclé, contre 25% aujourd'hui. Coca-Cola, lui, a investi 8 millions d'euros dans une usine en



Lancée par une vingtaine d'industriels et le recycleur américain TerraCycle, la plateforme d'e-commerce Loop vend et distribue depuis le 14 mai des produits livrés dans des emballages consignés.

Bourgogne, promettant que 100% de ses bouteilles sont recyclables. Mais il reconnaît qu'il n'en recyclera que 50% en 2025. La raison : le manque de discipline des consommateurs, qui trient mal leurs emballages, mais aussi son incapacité technique à insérer plus de la moitié de matière recyclée dans ses bouteilles. « Le problème du recyclage, c'est une valorisation insuffisante pour couvrir les coûts de collecte », pointe Virginie Hélias. Pourtant, P&G prépare la fin de la boîte verte de lessive Ariel au profit d'un sac beaucoup plus léger, en matière recyclée. Et Nestlé a conçu un sachet en papier pour remplacer la boîte jaune de son chocolat Nesquik. Mais ces initiatives restent marginales. Lors de

l'assemblée générale du géant suisse, le 11 avril, les activistes de Greenpeace ont envahi la salle pour dénoncer le retard du numéro un mondial de l'agroalimentaire. Chaque année, il utilise 1,7 million de tonnes de plastique pour emballer ses produits, chiffre en hausse de 13% l'an dernier. Et ce n'est pas la suppression des pailles en plastique sur les briquettes de jus de fruits qui règlera le problème.

Initiative de Davos

Face au défi, les initiatives réunissant les multinationales se multiplient. Au Forum de Davos, en janvier, une vingtaine d'industriels dont PepsiCo, Coca-Cola, Mondelez, Mars, Danone, P&G, Unilever, Nestlé, mais aussi Bic et The Body Shop, ont annoncé le lancement de la plateforme d'e-commerce Loop, avec l'entreprise américaine de recyclage TerraCycle. Elle vend et dis- ▶▶▶

►►► tribue depuis le 14 mai des produits livrés dans des emballages consignés, conçus par ces grands groupes. Céréales, couches, brosses à dents... en France, Carrefour intègre certains de ces articles sur son propre site d'e-commerce. Ce qui permettra de mesurer le militantisme de consommateurs qui peinent déjà à trier correctement. Le directeur du développement durable de Carrefour, Bertrand Swiderski, est optimiste : « Je n'ai jamais vu une vague aussi forte. Or, avec les consommateurs, on peut déplacer des montagnes. »

Recharges et écococception

Chez Léa Nature, pionnier de l'alimentation bio, on mise sur l'écococception des packagings pour les alléger, voire supprimer le plastique. Parfois, cependant, le mieux est l'ennemi du bien. « Le plastique végétal à base de canne à sucre sans OGM est une solution, explique Luc Gauduchon, le directeur innovation. Mais comme la matière première vient du Brésil, l'impact carbone n'est pas bon. » Unilever s'apprête à déployer un système de bidons à remplir en magasin pour ses lessives Skip et Persil. « Le succès du test à Intermarché va au-delà de nos attentes, affirme Oscar Vicente-Hernandez, directeur marketing de la division nettoyeurs ménagers. Les formules ultra-concentrées, elles, permettent de réduire de 60% le plastique d'emballage. » Et en plus, le prix du produit baisse.

L'Oréal, qui sonde en permanence l'humeur des consommateurs, a fait de la chasse au plastique un objectif prioritaire. « Des systèmes de recharge sont testés chez L'Oréal Paris, Lancôme et Yves Saint-Laurent, indique Philippe Thuvien, son directeur packaging et développement. Nous proposons aussi aux coiffeurs des solutions de remplissage. » Et la multinationale s'est associée à la biotech française Carbios, dont la technologie à base d'enzymes permet de produire du polyéthylène recyclé aussi performant que le plastique traditionnel. Une découverte majeure à laquelle se sont joints Nestlé Waters, Pepsi-Co et Suntory (Orangina). Pour que le plastique ne soit plus jamais un déchet.

Kira Mitrofanoff

Les start-up développent un écosystème vertueux

Déclat des consommateurs, lois inspirées de la COP 21, création de fonds... Les planètes s'alignent pour l'émergence d'entreprises vertes et innovantes.



L'Américain Tom Szaky, créateur de TerraCycle, « qui recycle tout ce qui ne peut pas l'être », a dévoilé le 14 mai à Paris et New York la plateforme d'e-commerce Loop, une consigne qui propose des produits dans des emballages réutilisables.

Avec ses longs cheveux ébouriffés, sa barbe hirsute et son tee-shirt froissé, Tom Szaky est la caricature de l'écologiste engagé. Mais c'est aussi un homme d'affaires avisé, qui a fondé tout son business sur la lutte anti-déchets. En 2001, cet Américain créait TerraCycle, « qui recycle tout ce qui ne peut pas l'être » et qui pèse aujourd'hui 40 millions de dollars de chiffre d'affaires. Dix-huit ans plus tard, c'est à Paris, le 14 mai, que l'entrepreneur a dévoilé son dernier projet lancé en même temps à New York : Loop, un système de consigne à grande échelle.

Cette plateforme d'e-commerce propose des produits du quotidien

dans des emballages conçus pour être réutilisés. Ils sont ensuite collectés, lavés et réutilisés. « Loop est le projet de réduction du plastique le plus incroyable, qui nous challenge le plus », s'enthousiasme Bertrand Swiderski, directeur du développement durable à Carrefour, premier distributeur à avoir rejoint l'aventure. Au total, vingt grands groupes ont signé. « Tous les quatre jours, une grande marque nous rejoint, toutes les deux semaines, un distributeur mondial, se vante l'entrepreneur. Notre chiffre d'affaires devrait être de 500 millions à 1 milliard de dollars d'ici trois à six ans. »

Pourquoi avoir choisi la France pour son lancement ? « C'est l'épicentre des réflexions sur la crise des dé-

chets », répond Szaky. Mais Loop n'est pas le seul sur le créneau. En peu de temps, les start-up anti-plastique ont poussé comme des champignons dans l'Hexagone. En janvier, Green Big, née en 2018, a levé 1,5 million d'euros pour développer une solution innovante de collecte et recyclage de bouteilles plastiques. Deux mois plus tard, Jean Bouteille, spécialiste de la consigne, né à Lille en 2014, a lancé une campagne de crowdfunding pour ajouter la bière à son catalogue de liquides vendus en vrac à la grande distribution.

Vague européenne

Laëtitia Van de Walle, 34 ans, a imaginé, elle, Lamazuna dès 2010. « J'ai pris ma poubelle de salle de bain et cherché des solutions pour tout ce qui s'y trouvait », raconte la Vendéenne. Exit, les flacons en plastique. Bienvenue, dentifrices, shampoings et déodorants solides, ou brosses à dents à tête rechargeable! « C'est en 2015, au moment de la COP 21, qu'un premier changement s'est opéré », se souvient-elle. Les consommateurs ont eu le déclic écologique. En un an, ses ventes ont été multipliées par six. Aujourd'hui, elles atteignent 5 millions d'euros. La même année, la loi de transition énergétique a imposé la suppression progressive des sacs à usage unique et de la vaisselle jetable, remplacés par des matériaux biosourcés et compostables. De nombreuses jeunes pousses ont sauté sur l'occasion. « Nous constatons une grande affluence de dossiers autour du biosourcé et du bioplastique biodégradable et compostable », note Jean-Philippe Richard, directeur d'investissement du fonds SPI (sociétés de projets industriels), créé par Bpifrance il y a quatre ans. Le second momentum a eu lieu l'an dernier. « La BBC a diffusé son documentaire Blue Planet, le gouvernement anglais a lancé une consultation sur l'interdiction des objets en plastique à usage unique, et la commission européenne sa stratégie plastique, énumère Laura Châtel, responsable du plaidoyer de l'association Zero Waste. Cette vague est arrivée en France, avec Cash Investigation, des livres et un fort intérêt médiatique. De nombreuses personnes ont voulu trou-



Bruno Levy pour Challenges

ver des solutions. » Elles sont venues grossir les rangs des premiers entrepreneurs écolos. De la fabrication à la réutilisation, toute la chaîne du plastique est repensée par les start-up. En amont, Gaspajoe remplace les bouteilles jetables par des gourdes en inox; en aval, Lemon Tri propose des box de recyclage dans les entreprises, gares et centres commerciaux. Les uns, puristes, cherchent à supprimer le plastique, les autres, pragmatiques,

Laëtitia Van de Walle a imaginé en 2010 le site **Lamazuna**, qui vend sous forme solide dentifrices, shampoings et déodorants, ou encore des brosses à dents à tête rechargeable.



Marc Bertrand pour Challenges

Franck Bonfils, fondateur de **Juste Bio**, leader français de la distribution en vrac de fruits secs, graines et légumineuses, emballera tous ses produits dans du plastique végétal biodégradable.

le réinventent. Franck Bonfils, fondateur de Juste Bio, lui, a fait de la réduction du plastique son combat. Dès juin, le leader français de la distribution en vrac de fruits secs, graines et légumineuses (50 millions d'euros de chiffre d'affaires) emballera tous ses produits dans du plastique végétal totalement biodégradable, voire compostable. Et en janvier 2020, il entend devenir la première PME européenne sans emballage polluant.

Et les problématiques sont infinies. « Le Graal serait d'arriver à recycler le PET à des coûts compétitifs », pointe Jean-Philippe Richard. En panne d'idées, Carrefour lance cet été, avec Système U, un accélérateur autour de la réduction des emballages. « Nous sommes ouverts à tout, prévient Bertrand Swiderski. L'idéal serait que les start-up aient déjà des solutions pour les présenter à nos fournisseurs en octobre. » L'écosystème se structure. « Manque les investissements pour construire des infrastructures et des entreprises de plus grande ampleur, sur des secteurs qui produisent beaucoup de déchets, comme le transport des marchandises ou la restauration collective », pointe Laura Châtel. Ce sera la prochaine accélération. **Claire Bouleau**

Les citoyens passent à l'action

A la ville comme à la plage, les mobilisations se multiplient pour mieux consommer et agir sur son cadre de vie.

Avant l'été, la chasse au plastique est ouverte, avec des opérations de ramassage qui se multiplient sur les plages. Beaucoup sont lancées par de simples citoyens. Sur la plateforme Initiatives océanes, de l'ONG Surfrider, il est possible d'organiser en quelques clics une collecte. Pour cela, il suffit de décider d'un lieu et d'une heure de rendez-vous. L'ONG s'occupe ensuite d'envoyer le matériel nécessaire (gants, sacs poubelle...). L'an dernier, 55 000 personnes ont participé à près de 1 500 ramassages volontaires, établissant un record pour l'association. En mars, un autre défi mondial était lancé sur Facebook par Younès Drici Tan, un jeune Algérien, qui posait avec plusieurs sacs poubelle remplis de déchets qu'il avait ramassés seul dans la forêt. Depuis, des internautes multiplient les *Trashtag challenges*.

Actions locales

Partout en France et dans le monde, de plus en plus de citoyens se mobilisent contre la prolifération du plastique. Certaines initiatives spectaculaires font rêver, comme le projet d'immense barrière flottante (Ocean Cleanup) du jeune Néerlandais Boyan Slat, visant à récupérer les déchets qui forment un septième continent dans l'océan, pour lequel il a levé plus de 20 millions de dollars. Mais la plupart sont menées à petite échelle, au niveau local. Ce qui ne les empêche pas d'avoir de l'impact, à l'image des *Plastic attacks*.

A l'origine, une trentaine de clients d'un magasin Tesco, près de Bath, au Royaume-Uni, ont l'idée de défaire tous les emballages de leurs achats et les laisser à la caisse pour

dénoncer l'omniprésence du plastique dans la grande distribution. L'initiative a depuis fait boule de neige en Europe et en Amérique. En juin 2018, douze *plastic attacks* ont eu lieu simultanément en France. « A force de constater les absurdités de certains emballages et leur volume sur les courses, on a forcément envie d'agir », explique l'un de ses organisateurs. Avec les *plastic attacks*, on cherche à avoir de l'impact sur tous les acteurs de la chaîne pour faire évoluer les pratiques. Carrefour nous a reçus après notre action de juin dernier. Le groupe a récemment évolué sur

le sujet des emballages, c'est une première victoire. »

L'objectif de ces militants est également de faire la promotion du « zéro déchet » auprès du grand public. Cette démarche consistant à réduire au maximum ses déchets ménagers, notamment par l'achat de produits en vrac et le compostage, fait des émules en France. Une association s'est même créée au niveau national pour défendre son avancement. Là aussi, il est possible de s'y investir localement. « Nous avons un millier de bénévoles répartis dans 60 groupes en France, qui font la promotion de la démarche zéro déchet à travers des campagnes de sensibilisation et qui mènent des actions auprès des pouvoirs publics en région », détaille Marine Foulon, chargée de communication de Zero Waste France.

Défi nordiste

Poussés par leurs citoyens, 153 collectivités sont même aujourd'hui engagées dans la démarche « Territoire zéro déchet, zéro gaspillage » proposée par l'Ademe. A Roubaix, l'une des premières villes françaises



Comme dans les calanques en avril 2018, l'an dernier, 55 000 personnes ont participé à près de 1 500 ramassages volontaires à l'initiative de la Surfrider Foundation, un record pour l'ONG, qui fournit gants et sacs poubelle.

Photo PCH/La Provence/MadPp

Finances

Le recyclage des déchets, valeur en hausse

Nos détritrus attirent de plus en plus les financiers. Depuis 2004, en Bourse, le secteur des déchets a rapporté 2,7 fois plus que le reste des actions. Et le marché est en plein boom. Il existe aujourd'hui plus de 800 valeurs cotées, contre une cinquantaine il y a trente ans. Leur capitalisation a été multipliée par cinq depuis 1990. « Il y a dix ans, le marché en était encore au stade de l'enfance », confirme Suzanne Senellart, gérante du fonds Mirova Environnement. Aujourd'hui, il entre dans son âge adulte. »

En novembre 2018, le gestionnaire d'actifs Fidelity s'est à son tour engouffré dans le créneau, lançant son propre fonds spécialisé « eau et déchets ». Celui-ci rassemble pour plus de 28 millions de dollars d'actifs sous gestion, dont 40% placés dans des titres liés au secteur du recyclage. « Il n'y a pas d'économie durable sans gestion des déchets », soutient Bertrand Lecourt, son gérant. Leur sort a trop longtemps été négligé dans les économies traditionnelles. Pour autant, les financiers, méfiants, ne font pas encore les yeux doux à tout le monde. Ils font le tri. Le fonds Mirova Environnement, par exemple, cible prioritairement les équipementiers du secteur, comme les fabricants d'outils de tri. « Les technologies ont beaucoup évolué ces dix dernières années », souligne Suzanne Senellart. Grâce à elles, depuis deux ou trois ans, certaines entreprises affichent des rentabilités régulières. »

Pour le reste, la filière reste précaire. Sa santé dépend en grande partie des cours des matières premières. Pour faire simple : plus le cours du pétrole monte, plus les plastiques neufs sont chers à produire. Et donc, plus leurs cousins recyclés sont recherchés. A l'inverse, si les plastiques neufs sont trop bon marché, les usines de recyclage voient leur marge s'écrouler. « Quelques centimes de différence peuvent avoir des conséquences notables sur toute une filière », décrypte Marc Cheverry, directeur économie circulaire et déchets à l'Ademe, l'agence de l'environnement française.

A. L.



Andrée, retraitée, avec son époux, est devenue ambassadrice « zéro déchet » de Roubaix. Cette ancienne couturière et femme de ménage a commencé par apprendre à réaliser ses produits d'entretien.

à s'être lancée, l'idée fut ainsi portée au départ par une liste citoyenne lors des élections municipales de 2014. La ville du Nord, ancienne capitale de l'industrie textile, mène depuis une politique ambitieuse. Chaque année, une centaine de familles relèvent le défi de la municipalité de réduire de 50% leurs déchets ménagers. Pour ce « défi familles », elles bénéficient tout au long de l'année d'un accompagnement spécifique, avec une vingtaine d'ateliers animés par des bénévoles où l'on apprend à fabriquer un sac à pain, utiliser des couches lavables, gérer un composteur ou encore réaliser ses produits d'entretien. « Il s'agit de l'atelier qui a le plus de succès », explique Alexandre Garcin, un citoyen à l'origine du projet, devenu adjoint au maire en charge du Développement durable, car il est assez simple et permet d'économiser pas mal d'argent. » C'est par là qu'a d'ailleurs commencé Andrée, retraitée de 61 ans. Cette ancienne couturière et femme de ménage est devenue ambassadrice « zéro déchet » depuis sa participa-

tion à la première saison du « défi familles », en 2015. Dans son appartement du centre, elle nous montre fièrement ses placards et son frigo, où sont soigneusement rangés des bocaux en verre. Terminé, les courses chez Aldi ou Lidl. Andrée se rend dorénavant chez Un grain dans le bocal, l'épicerie 100% vrac ouverte voilà dix-huit mois. Sans oublier son congélateur, où elle stocke fruits et légumes récoltés dans son carré potager municipal. De la ville, Andrée a aussi reçu un lombricomposteur, installé sur son balcon. Il en existe également 17 sur l'espace public, dans tous les quartiers, accessibles tous les jours et à toute heure. En cinq ans, 600 familles de Roubaix et des alentours – le dispositif a séduit les communes voisines – ont divisé en moyenne par quatre leurs déchets, à un peu plus de 50 kg annuels. Andrée, elle, fait mieux, avec 170 grammes cumulés depuis janvier. « Ça demande un peu plus de temps, mais ce n'est pas si compliqué », encourage-t-elle. Alors aux actes, citoyens !

Laure-Emmanuelle Husson