

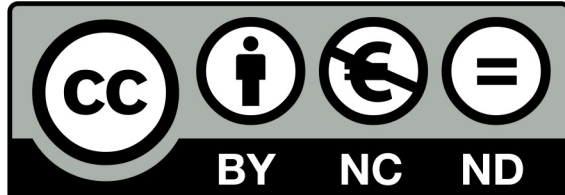


HORECA Interventions comportementales pour améliorer la gestion des déchets

Rapport final

Licence

Ce document est disponible sous licence **CC BY-NC-ND 4.0 – Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International**.



Plus d'information sur la licence CC BY-NC-ND 4.0 peut être obtenue ici : <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr>

Ce qui signifie que :

Vous êtes autorisé à :

- **Partager** – copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats.

Selon les conditions suivantes :

- **Attribution** – vous devez créditer l'œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son œuvre.
- **Pas d'utilisation commerciale** – vous n'êtes pas autorisé à faire un usage commercial de cette œuvre, tout ou partie du matériel la composant.
- **Pas de modifications** – dans le cas où vous effectuez un remix, que vous transformez, ou créez à partir du matériel composant l'œuvre originale, vous n'êtes pas autorisé à distribuer ou mettre à disposition l'œuvre modifiée.
- **Pas de restrictions complémentaires** – vous n'êtes pas autorisé à appliquer des conditions légales ou des mesures techniques qui restreindraient légalement autrui à utiliser l'œuvre dans les conditions décrites par la licence.

Citation recommandée : Behaven. (2023). Horeca. Interventions comportementales pour améliorer la gestion des déchets. Rapport final.

Remerciements

Autrices

Ce rapport a été rédigé par :

Mira Toumi, Scientifique Comportementale

mira@behaven.com

Julia Terlet, Directrice Scientifique

julia@behaven.com

Relecteur

Il a été relu par :

Fred Dorsimont, Directeur Général

fred@behaven.com

Behaven

23 Rue de Tenbosch

1050 Bruxelles

www.behaven.com

Contributeurs

Nous tenons à remercier les personnes suivantes pour leur participation et contribution à ce projet :

Aurore Van Bogaert, Project Manager (Fost Plus)

Hélène Vossen, Project Manager (Bruxelles Environnement)

Abdeslam Alami, Relations Pouvoirs Locaux (Agence Bruxelles Propreté)

Damien Beck, Directeur Commercial (Agence Bruxelles Propreté)

Gery Hubin, Inspecteur des Contrats de Collecte (Bruxelles Environnement)

Robertine Degrave, Service Juridique (Bruxelles Environnement)

Marie Van Breuseghem, Sustainability & Circular Economy Advisor (Comeos)

Marine Ronquetti, Junior Advisor (Denuo)

Gilles Godissart, Service Logistique (Vanheede)

Peter Degraeve, Logistics Manager (Vanheede)

Luc Vanden Bergh, Sales Manager (Renewi)

Quentin Huet, Manager (Shopera)

Monalisie Joseph, Chargée de la Communication (Hub.brussels)

Anthony Naralingom, Conseiller à la Direction Générale (Hub.brussels)

Victoria Lavenne, Gérante Boentje Café (Bruxelles)

Philippe Ratzel, Manager Friterie Chez Clémentine (Bruxelles)

Thierry Horbach, Responsable Environnement (Musée de l'armée)

Véronique Socié, Fromagerie la Fruitière (Bruxelles)

Fabien Henrion, Zoom Hôtel (Bruxelles)

Joëlle Goulart, Département Citoyenneté, Cellule Commerce (Commune d'Ixelles)

Sophie De Vleeschouwer, Service Dynamisation Économique (Commune de Schaerbeek)

Adela Mesan, Service commerce (Commune d'Ixelles)

Oya Aydin, Service Propreté Publique (Commune de Jette)

Aurélie Annemeyer, Service Prévention Propreté (Commune de Watermael-Boitsfort)

Gaëlle de Lamotte, Cheffe de Cabinet (Commune de Schaerbeek)

Introduction

Le secteur de l'HORECA représente un acteur économique majeur dans la région de Bruxelles-Capitale, avec près de 10% des établissements situés dans le centre-ville. Bien que ce secteur soit une source d'attractivité pour la ville, il est également responsable de la production d'une quantité importante de déchets.

Dans le cadre du plan d'action régional pour l'amélioration de la propreté publique, les autorités portent une attention particulière à ce secteur qui semble rencontrer des difficultés dans la bonne gestion de ses déchets. En effet, il a été estimé que le taux de recyclage des professionnels - commerçants et restaurateurs inclus - est inférieur à celui des ménages, avec seulement 21% des déchets recyclés contre 41% pour les ménages*. **Cette disparité met en évidence l'enjeu crucial que représente ce secteur.**

Pour répondre à ces défis, des actions, incluant des campagnes de communication et de sensibilisation, ont été mises en place afin d'inciter les professionnels à souscrire à un contrat de collecte et à trier leurs déchets. Cependant, malgré ces mesures, des pratiques désordonnées persistent, soulevant des questions sur les raisons pour lesquelles les professionnels de l'HORECA ne parviennent pas à adopter les bonnes pratiques.

Rien de surprenant puisque les sciences comportementales montrent en effet que même des personnes bien informées peuvent être freinées dans l'adoption de bons comportements. L'identification et l'analyse de ces freins est donc nécessaire afin d'apporter des solutions spécifiques et efficaces permettant d'encourager un changement de comportement.

Forte de cette expertise, l'équipe de Behaven poursuit l'accompagnement de Bruxelles-Propreté, Fost Plus et Bruxelles Environnement dans le cadre de l'accord pour la Propreté Publique et Cadre de Vie (PPCV). Également intégré dans la stratégie régionale Clean.Brussels (objectif 12), cet accompagnement apporte entre autres des recommandations liées à la sensibilisation, la formation, et la responsabilisation des commerçants dans leur gestion des déchets.

Pour s'assurer que cet accompagnement puisse répondre au mieux à ces enjeux, Behaven s'appuie sur les apports les plus pertinents et récents des sciences comportementales, mais aussi sur l'implication active des parties prenantes dans la création de solutions comportementales, comprenant commerçants et restaurateurs, associations de commerçants, collecteurs et autres organisations publiques.

Ce rapport présente les étapes clés de ce projet, à savoir :

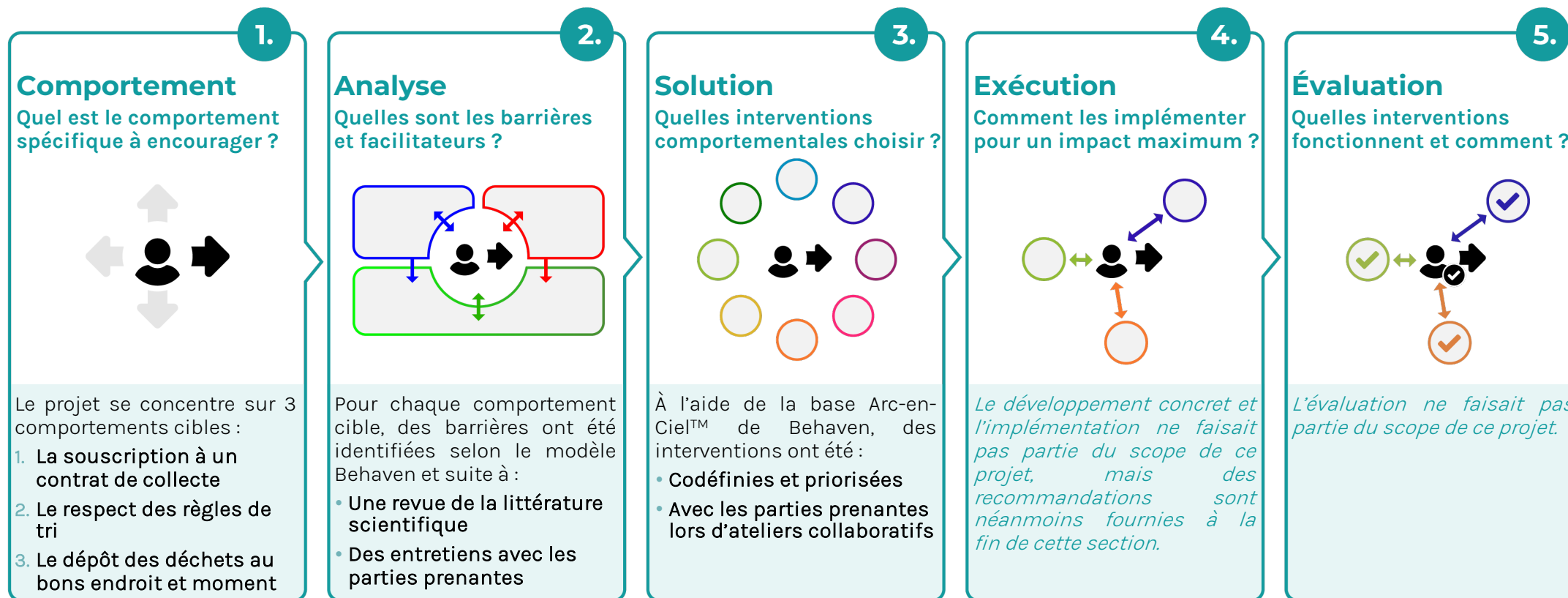
- La méthodologie utilisée, allant de la définition des comportements cibles aux solutions à mettre en place.
- Une synthèse des barrières à la bonne gestion des déchets issues d'une revue de la littérature scientifique et de la conduite d'entretiens.
- Une liste de solutions comportementales pouvant réduire les barrières identifiées, codéfinies et priorisées avec les différentes parties prenantes lors d'ateliers.
- Et des recommandations concrètes sur la mise en place de ces solutions.

Nous espérons que vous trouverez ce rapport utile et instructif. Bonne lecture !

*Bortolotti, A. (2021). Les détritux de la ville : repenser la gestion des déchets à Bruxelles. *Brussels Studies, the Journal of Research on Brussels*.

Méthodologie

Aperçu



1. Comportement

Mieux cibler pour plus d'efficacité

Deux outils ont servi à définir les comportements cibles :

1. **Une cartographie** des acteurs et éléments entravant la bonne gestion des déchets dans le secteur HORECA – avec les équipes de Bruxelles-Propreté, Bruxelles Environnement et Fost Plus.
2. **Un exercice de priorisation** des comportements les plus impactants.

Ce travail a permis d'aboutir aux **trois comportements cibles** ci-joints.

Trois comportements cibles

Objectif

Améliorer la gestion des déchets dans le secteur HORECA

Comportement cible #1

Établissements du secteur de l'HORECA souscrivant à un contrat de collecte de déchets.

Comportement cible #2

Établissements du secteur de l'HORECA triant les déchets.

Comportement cible #3

Établissements déposant leurs déchets au bon endroit, au bon moment, et de la bonne manière.

Dans les sections suivantes, nous passons en revue les barrières comportementales et les interventions adaptées à chacun de ces comportements cibles.

2. Analyse

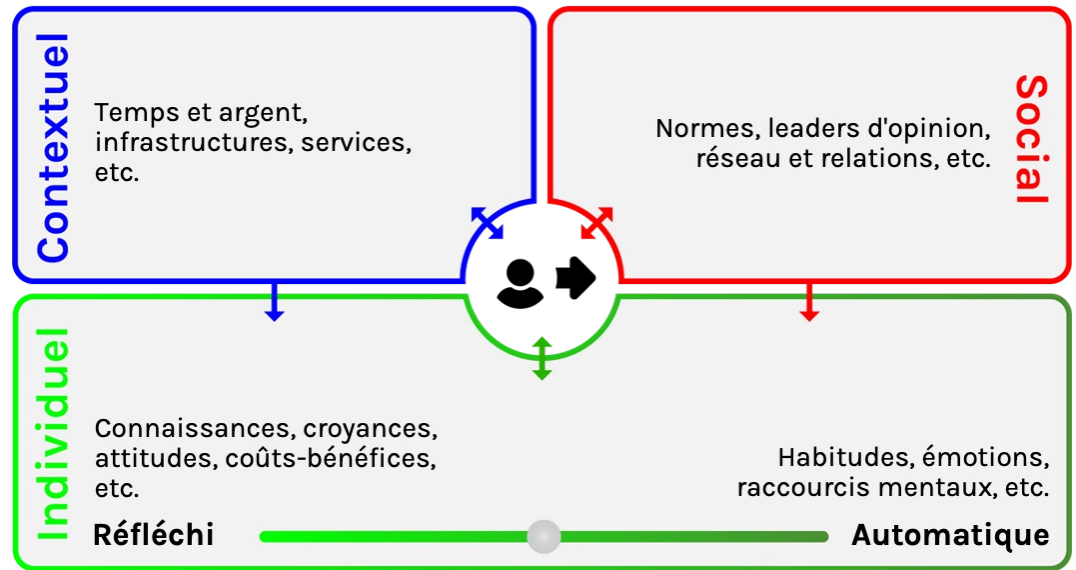
Une approche scientifique

Pour chacun des comportements cible identifié, une analyse scientifique a été effectuée afin d'identifier les barrières au comportement, grâce aux apports suivants :

1. **Une recherche documentaire** sur la gestion des déchets dans le secteur de l'HORECA (articles scientifiques, rapports ministériels et rapports d'activité).
2. **Des entretiens semi-directifs** (n=13) avec des collecteurs publics et privés, association de commerçants, des représentants de collecteurs, un représentant des chaînes de restauration, un agent contrôleur et des commerçants et restaurateurs bruxellois.

Ces insights ont ensuite été intégrés dans le **modèle Behaven**, pour offrir une vue complète des barrières. Le modèle Behaven est organisé autour des trois catégories de facteurs influençant les comportements, à savoir :

- **Les facteurs contextuels** : l'individu est influencé par les outils matériels ou législatifs mis à sa disposition. P.ex. Le manque d'espace de stockage des déchets, et le manque d'infrastructures.
- **Les facteurs sociaux** : l'individu est influencé par le comportement des personnes qui l'entourent : famille, amis, voisins. P.ex. La forte rotation du personnel dans le secteur de l'HORECA.
- **Les facteurs individuels** : l'individu est influencé par ses propres caractéristiques et capacités. Celles-ci peuvent être réfléchies, P.ex. La mauvaise compréhension de la législation; ou automatiques, P.ex. L'oubli des horaires de dépôt des déchets pour la collecte.



© Behaven.

3. Solution

Des interventions prouvées scientifiquement

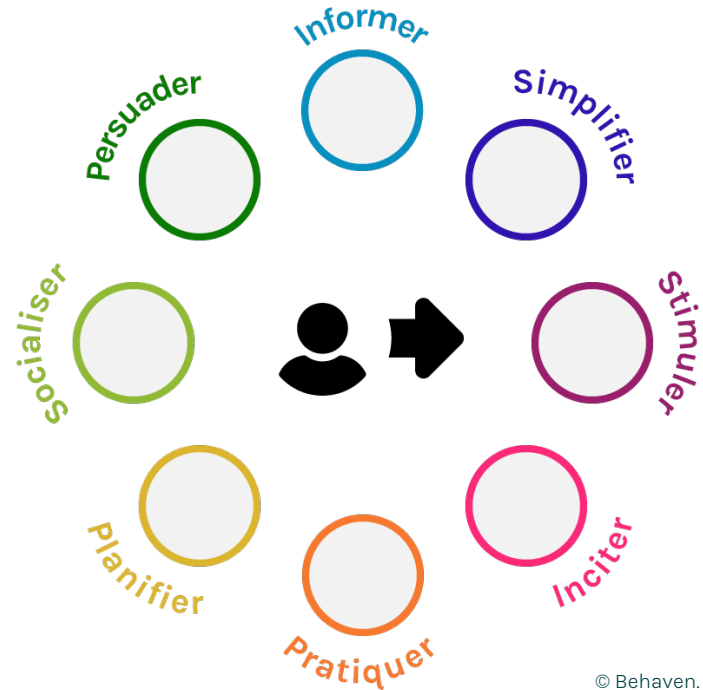
Afin d'adresser ces barrières, des solutions ont été codéfinies avec les parties prenantes sur base d'interventions comportementales. Ce processus s'est déroulé comme suit :

1. La sélection de **6 interventions comportementales** scientifiquement prouvées dans la base Arc-en-Ciel™ en fonction de leur pertinence à adresser les barrières identifiées. La base Arc-en-Ciel™ reprend plus de 60 interventions comportementales spécifiques aux comportements durables, y compris pour encourager les comportements de propreté.
2. **Un atelier de cocréation** avec les parties prenantes a ensuite pris place pour définir comment développer ces interventions dans le présent contexte, tenant compte de la réalité de terrain et du contexte de la région bruxelloise.
3. **Priorisation des interventions** une fois les interventions codéfinies sur base de trois scores. Un score d'efficacité perçue est attribué par les commerçants et restaurateurs bruxellois participants projet, un score du collectif PPCV, et un score de d'impact et faisabilité attribué par l'équipe Behaven sur base de leurs connaissances en sciences comportementales. Ces exercices ont permis de calculer un score final et d'attribuer une note à chacune des interventions (détails en Annexe).

Résultat

Ce travail a permis de codéfinir les 6 interventions présentées dans les sections suivantes.

Un aperçu de la base Arc-en-Ciel et de ses 8 catégories d'interventions :



4. Exécution

Pour garantir le succès de la mise en œuvre des solutions présentées, une approche holistique est essentielle. Cela nécessite de travailler sur la communication et la formation avec les objectifs suivants :

1. Informer

- Communiquer et expliquer de manière proactive, via plusieurs canaux de communication, les obligations en matière de tri des déchets.
- Assurer que la communication soit régulière, claire et accessible (en plusieurs langues) pour faciliter la compréhension et la mémorisation de la réglementation.
- Organiser des webinaires réguliers pour des mises à jour sur les nouvelles réglementations.

2. Simplifier

- Éviter les erreurs de tri et de dépôts en fournissant aux établissements des guides pratiques pour aider au respect des réglementations.
- Étendre la communication aux clients de l'HORECA pour aligner tous les comportements au sein des établissements.
- Simplifier l'apprentissage des équipes et des employés en offrant des formations en ligne courtes et accessibles à tout moment.

3. Écouter

- Accompagner les professionnels via des visites régulières pour identifier leurs erreurs de gestion, comprendre leurs difficultés, et trouver des solutions personnalisées. Une écoute permettrait également de maintenir la motivation et l'implication des établissements et de tenir compte de leurs contraintes quotidiennes.

4. Motiver

- Mettre l'accent sur les avantages économiques et écologiques de la gestion responsable des déchets et motiver aux bons gestes via des récompenses et/ou encouragements.

Comportement cible #1 :

Les établissements du secteur de l'HORECA souscrivant à un contrat de collecte de déchets

Pour se conformer à la réglementation en vigueur à Bruxelles, les commerçants doivent prouver qu'ils gèrent leurs déchets de manière adéquate. Pour cela, ils ont deux options : contracter un service de collecte auprès d'un opérateur agréé par la Région de Bruxelles-Capitale, qu'il soit public ou privé, ou bien se charger eux-mêmes du dépôt de leurs déchets en centre de tri, à condition de présenter une preuve de dépôt. Cependant, en pratique, le choix le plus courant est de contracter un service de collecte. Les commerçants ne pouvant pas fournir la preuve de bonne gestion de leurs déchets lors des contrôles risquent des sanctions financières et des poursuites judiciaires. Par conséquent, il est crucial pour eux de respecter la réglementation en vigueur.

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières contextuelles

Manque de contrôle des contrats de collecte des professionnels (S)

Le faible nombre de contrôles entretient un sentiment d'impunité des commerçants qui profitent parfois de la collecte des déchets ménagers pour se débarrasser de leurs déchets.

Manque de temps à consacrer au choix du collecteur (E)

Les petits établissements manquent de temps et de ressources humaines pour réfléchir au choix d'un collecteur.

Sanctions peu dissuasives (S)

Le délai de traitement des PV et des signalements faits par les contrôleurs étant long (2 ans), la menace de sanction devient peu dissuasive aux yeux des commerçants sans contrat.

Barrières sociales

Mauvaise passation de consignes entre anciens et nouveaux restaurateurs (E)

Les petits établissements ne sont pas renseignés sur l'obligation de souscription d'un contrat de collecte et reproduisent le mauvais comportement de leurs prédécesseurs.

« ...Nos ressources humaines sont très limitées, et les contrôles peu nombreux par rapport au résultat à atteindre qui est très ambitieux ».

Service contrôle des contrats de collecte de Bruxelles Environnement

« Quand il y a reprise d'activité, la question des déchets n'est quasi jamais abordée entre les commerçants ».

Collecteur de déchets

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières individuelles

Mauvaise compréhension de la législation (E)	Exploitation de la collecte des ménages (car sacs et collectes similaires) (S + E)	Méconnaissance des aides et accompagnements en début d'activité (E)
Certains commerçants interprètent mal les obligations. P.ex. les restaurateurs débutant une activité commerciale ignorent la différence entre le système de gestion des déchets ménagers et celui des déchets professionnels.	Sur les commerçants recensés à Bruxelles, certains petits établissements n'ont pas de contrat de collecte et préfèrent profiter de la collecte des déchets ménagers de l'ABP afin de réduire leurs coûts de fonctionnement.	Les nouveaux entrepreneurs ne se sentent pas toujours accompagnés dans les démarches administratives (p.ex. gestion des déchets), et ne sont pas renseignés sur les dispositifs d'aide existants (P.ex. Hub.brussels ou services de la ville).
Manque de connaissance des alternatives (E)	Dériorisation de la tâche (E)	<p><i>« Je n'ai pas le cœur à faire une étude approfondie sur la question des contrats de déchets ».</i></p> <p><i>Commerçante</i></p>
Les professionnels ont une connaissance incomplète des différents collecteurs actifs dans la région ainsi que de leur offre de service. Aussi, les commerçants ne savent pas qu'il est possible de gérer eux-mêmes leurs déchets en présentant des preuves de bonne gestion.	Une lourde charge mentale lors de la phase de lancement d'une activité commerciale, associée aux diverses démarches administratives, poussent certains professionnels à reléguer la question de la gestion de déchets au dernier plan.	
Manque de motivation pour la recherche de la meilleure (E)	Incapacité linguistique à comprendre la réglementation (E)	
Les commerçants n'ont pas toujours envie de s'engager dans un processus complexe de recherche et d'évaluation des contrats de collecte.	L'accès à la législation est limitée chez certains commerçants étrangers, juste arrivés en Belgique et/ou parlant une autre langue.	

Intervention #1

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Informer

Manuel ou checklist

Regroupant les procédures obligatoires

Score : 9.1

Conditions de mise en place

- Rendre le contrat de collecte obligatoire à l'ouverture du commerce. Rendre également la déclaration du choix de mode de gestion des déchets obligatoire (souscription de contrat ou gestion en interne).
- Créer un manuel ou une nouvelle checklist, ou mieux diffuser celle de Hub Brussels, afin d'informer les nouveaux commerçants sur les procédures obligatoires à suivre, et les tâches à effectuer à l'ouverture de leur commerce. Y inclure la souscription au contrat de collecte et la liste des collecteurs disponibles.
- Faire dans un premier temps un suivi des nouveaux commerçants afin de vérifier et de rappeler le besoin de souscription mais sans punir (via des facilitateurs professionnels), puis suivre par un/des contrôle(s).

Challenges potentiels

- Les communes n'ont pas toujours accès à la liste de commerces disposant - ou non - d'un contrat de collecte. Il est donc plus difficile pour elle de savoir quels commerces cibler.
- Les communes n'ont pas toujours les ressources nécessaires pour effectuer ces contrôles.
- Difficile de suivre l'évolution des contrats de collecte chez les commerçants établis.

Solutions

- Fournir la liste de commerces ayant un contrat aux communes (via l'ABP) tout en retirant les informations sensibles (RGPD) afin d'aider les services communaux à les répertorier.
- Faire passer des équipes communales dans les commerces de temps en temps afin de leur demander la preuve de leur contrat de collecte (fournie originellement par le collecteur).
- Pour les nouveaux établissements HORECA, organiser des visites dès leur ouverture et distribuer systématiquement les manuels et checklists.

Intervention #2

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Persuader (1/2)

Visite de moniteurs en vue
d'informer les commerçants

Score : 8.0

Conditions de mise en place

- Proposer d'étendre le dispositif pilote des visites des moniteurs de Bruxelles Environnement (BE) pour expliquer les mécanismes de contrôles de conformité des contrats de collecte et de gestion ainsi que les montants des amendes encourues. Lors de ces visites, il est important de :
 1. Identifier le bon interlocuteur au sein de l'établissement pour s'assurer de la bonne réception du message et éviter toute dispersion d'information.
 2. Utiliser un langage clair, et en plusieurs langues, pour que les commerçants comprennent l'impact financier d'une amende potentielle, y compris en cas de récidive.
 3. Programmer ces visites en amont des contrôles des équipes de BE pour que les commerçants aient le temps de se mettre en règle si nécessaire.
- Utiliser différents canaux de communication pour maximiser la portée du rappel et maintenir la menace des contrôles et sanctions. P.ex. en utilisant des newsletters, les réseaux sociaux, le site officiels de BE, ou même des messages sur le matériel mis à disposition par les collecteurs. Dans ce cadre :
 1. Les différents acteurs locaux (BE, communes, ABP et collecteurs privés) doivent se coordonner pour diffuser un message commun et cohérent.
 2. La communication présentant les changements de législation ou de système de contrôle doit être régulière. P.ex. communiquer la mise en place de l'outil de "transaction administrative" aux établissements concernés avant sa promulgation. Dans le cadre de la lutte contre les délits environnementaux, cette démarche permettra des sanction plus rapides et plus efficaces via le paiement immédiat des amendes.

Intervention #2

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Persuader (2/2)

Visite de moniteurs en vue
d'informer les commerçants

Score : 8.0

Challenges potentiels

- Certains commerçants peuvent encore expérimenter des difficultés avec les démarches à suivre pour régulariser leur situation une fois le rappel effectué.

Solutions

- Fournir des ressources supplémentaires pour aider les commerçants à se conformer à la législation (Voir intervention #1). P.ex. une liste des différents collecteurs actifs dans leur zone d'activités, ou des vidéos explicatives sur les procédures à suivre pour régulariser sa situation.

Comportement cible #2 :

Les établissements du secteur de l'HORECA triant les déchets

Les commerçants bruxellois sont confrontés à plusieurs défis dans la mise en place du tri des déchets, en fonction de la nature de leur activité et de la quantité de déchets qu'ils produisent, et parfois même à cause du comportement de leurs clients. La formation des employés demeure un défi pour ces professionnels en raison du manque de temps et du fort taux de rotation du personnel. Ces obstacles, associés à un faible accompagnement, font que les commerçants se sentent seuls face aux nouvelles exigences réglementaires, ce qui génère un sentiment de frustration.

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières contextuelles

Mauvais diagnostic du besoin de sacs par le collecteur (E)	Manque d'espace de stockage et d'équipements adaptés (E)	Manque de communication préalable des changements de législation (E)
<p>Un mauvais diagnostic de la quantité de déchets produits et de la quantité de sacs nécessaires par le collecteur conduit certains établissements à utiliser des sacs de substitution, non conformes avec les règles de tri.</p>	<p>Les restaurateurs doivent stocker leurs déchets pendant la semaine, ce qui cause des odeurs et attire des rongeurs. L'agencement peut également faire que les poubelles ne soient pas faciles à transporter (P.ex. caves).</p>	<p>P.ex. la mise en place de l'obligation de tri des biodéchets* prévue au premier mai 2023 n'a pas encore fait l'objet de communication préparatoire au niveau des commerçants et établissements HORECA.</p>
Manque de rappel des règles sur les lieux de tri (S)	Contraintes de temps (E)	Sanctions non dissuasives (S + E)
<p>L'absence d'instruction et de mode d'emploi au tri des déchets au sein des commerces ou restaurants limitent l'adoption du bon comportement par les employés.</p>	<p>Le personnel des restaurants doit souvent travailler sous pression et enchaîner plusieurs tâches, laissant peu de temps pour le tri des déchets, en particulier pendant les heures de rush.</p>	<p>Malgré l'obligation de tri des déchets et les contrôles exercés, les délais d'application des sanctions et amendes demeurent trop longs pour que la sanction soit dissuasive.</p>
Complexité des flux de déchets (E)	Insuffisance du contrôle du tri (E)	Manque d'information sur les avantages (personnels) du tri des biodéchets (E)
<p>La complexité du tri due aux différentes règles en vigueur rend le bon geste difficile. P.ex. la nécessité de séparer certains types de matériaux ou de les nettoyer avant de pouvoir les recycler.</p>	<p>Malgré la législation, le faible contrôle du respect des règles de tri empêche l'adoption du bon comportement.</p>	<p>Les avantages financiers liés au bon tri des déchets ne sont pas assez communiqués par les agents de BE et des collecteurs.</p>

*Dans ce rapport nous utilisons le terme biodéchets, qui englobe les déchets alimentaires i.e. déchets organiques provenant de la préparation et consommation de nourriture et les déchets verts i.e. déchets organiques d'origine végétale.

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières sociales

Manque de diffusion des bons comportements de tri (E)

Les établissements bons élèves en termes de tri des déchets qui devraient représenter la norme à valoriser dans le secteur ne sont pas mis en avant ou valorisés.

Forte rotation du personnel dans le secteur (E)

Le secteur HORECA connaît une forte rotation du personnel et les gérants n'ont pas grand intérêt à former les employés au tri des déchets.

Employés ne sachant pas trier (E)

Certains employés intérimaires ou étrangers ne connaissent pas les règles de tri en vigueur dans la région et/ou la réglementation spécifique appliquée aux professionnels.

Mauvais tri des clients (E)

La clientèle peut constituer un obstacle au bon tri des déchets lorsque les clients contaminent les flux en jetant leurs déchets de manière inappropriée, ou lorsqu'ils exigent des matériaux non recyclables. Les restaurateurs sont alors contraints de trier les déchets de leurs clients, une tâche laborieuse et chronophage.

Manque de consultation dans la mise en place des nouvelles réformes (E)

De par le mode de création et d'application de la nouvelle législation, les commerçants ne se sentent pas considérés et vivent les nouvelles règles comme une imposition bien lointaine de leurs difficultés quotidiennes.

« On se rend compte que souvent, les commerçants ne réalisent pas forcément que ne pas trier leur coûte plus cher au final ! ».

Collecteur de déchets

« L'obligation de tri arrive, nous commerçants sommes prêts à nous adapter...mais ça va mal se passer à cause des citoyens (clients) qui ne trient pas ».

Restaurateur

« En ce qui concerne la gestion quotidienne des déchets, on se sent vraiment seuls ».

Restauratrice

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières individuelles

Manque de compréhension et de soutien dans la mise en place des nouvelles réglementations (E)	Manque d'anticipation des nouvelles règles (E)	Manque de visibilité sur la valorisation des déchets après la collecte (E)
Les commerçants ne se sentent pas soutenus dans les démarches à suivre (P.ex. agencement des lieux, achat de matériel, formation) pour respecter la nouvelle réglementation sur le tri des déchets alimentaires.	La question du tri des biodéchets est pour l'instant noyée au milieu des autres tâches que les commerçants doivent faire. La nouvelle législation et sa mise en place n'est pas encore au cœur de la réflexion.	Les commerçants faisant l'effort de bien trier leurs déchets voudraient avoir plus d'informations sur le devenir des déchets une fois collectés pour en savoir plus sur leur valorisation.
Difficulté de compréhension de la réglementation sur le tri (S)	Mauvaise compréhension des obligations des commerçants (E)	Dériorisation de la question du tri des déchets (E)
Les commerçants/restaurants qui ne parlent pas la langue ont des difficultés à assimiler la réglementation en matière de tri des déchets.	Certains commerçants ne trient pas leur déchets car ils pensent, à tort, que leurs obligations se limitent à avoir un contrat de collecte auprès d'un collecteur.	Le tri des déchets est considéré comme un problème ou une tâche mineure à côté d'autres tâches et obligations (P.ex. énergie).
Confusion face à multiplication des règles de tri (E)	Inquiétudes sur les odeurs et mouches générées par les biodéchets (E)	Manque de connaissance des avantages (financiers et environnementaux du tri) (S)
L'important nombre de règles de tri pour différentes fractions font que les commerçants se sentent perdus au moment de trier leur déchets.	Les restaurateurs sont inquiets que les conséquences du tri des biodéchets (mouches, odeurs) mènent à une réduction de leur clientèle.	Par manque de connaissance, les commerçants ne réalisent pas les bénéfices financiers que le tri peut leur rapporter.

Intervention #3

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Former

Créer une formation en ligne sur le tri des déchets

Score : 7.3

Conditions de mise en place

- Proposer une formation en ligne obligatoire lors de la création du commerce et de la signature du contrat.
- La proposer sur des horaires adaptés aux commerçants (P.ex. en soirée) ou alternativement faire des sessions pré-enregistrées que les commerçants peuvent visionner quand ils le souhaitent en streaming.
- Contrôler que la formation a été suivie (P.ex. via un test à la fin) et fournir un certificat de participation.
- Mettre cette formation à jour régulièrement et proposer des 'remises à niveau'.
- Former sur le tri dans un premier temps, puis offrir des formations additionnelles (et potentiellement optionnelles) sur la réduction des déchets.

Challenges potentiels

- Besoin d'un accompagnement en continu des commerçants pour les aider au quotidien.

Solutions

- Promouvoir à plus grande échelle la plateforme recyclexlpro.be qui regroupe les règles de tri, la liste de collecteurs et qui permet aux commerçants de poser leurs questions à un facilitateur déchet.
- Créer un système réactif (P.ex. service téléphonique ou numéro WhatsApp), ou utiliser les points de contacts existants (P.ex. facilitateur déchets des professionnels : recyclepro@environnement.brussels) pour répondre aux questions des commerçants rapidement.
- Organiser des visites de terrain régulières pour échanger.
- Fournir des fiches explicatives sur le tri, simples et claires, et pouvant être affichées dans les locaux.

Intervention #4

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Inciter

Attribuer un label pour récompenser les établissements qui trient bien leurs déchets

Score : 5.1

Conditions de mise en place

- Mettre en place un label (macaron) des établissements “bons trieurs/gestionnaires de déchets”.
- Le label doit être clair et attrayant pour être affiché en vitrine ou même sur les produits quand cela est possible.
- Le label peut inclure un message décrivant les avantages issues du bon tri des déchets. P.ex. “grâce au tri des déchets, notre établissement participe à l'économie circulaire de la région”.
- Définir les indicateurs nécessaires à l'attribution du label et les expliquer aux commerçants. P.ex. le taux de tri ou le respect des consignes de tri.

Challenges potentiels

- Manque de crédibilité du label auprès des commerçants ou du public.
- Risque de relâchement des efforts de certains commerçants après l'obtention du label.

Solutions

- Veiller à ce que le label soit décerné par une autorité publique ou toute autre organisation reconnue dans le domaine pour renforcer sa légitimité et éviter tout conflit d'intérêt. P.ex. BE ou Fost Plus.
- Travailler avec les associations commerçantes pour communiquer sur les avantages du label, en mettant en avant les gains en termes d'image positive (P.ex. sensibilité à la question environnementale).
- S'assurer que le label soit suffisamment attractif pour motiver les commerçants mais continuer d'insister sur l'obligation de tri.
- Prévoir un système de vérification et des conditions de renouvellement du label octroyé.

Comportement cible #3 :

Les établissements du secteur de l'HORECA déposant leurs déchets au bon endroit, au bon moment, et de la bonne manière

Une fois triés, les déchets doivent être déposés pour la collecte. Les entretiens menés ont révélé plusieurs contraintes empêchant les commerçants et restaurateurs de déposer leurs déchets correctement, résultant ainsi à un effet négatif sur la propreté des rues et sur l'image des commerçants.

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières contextuelles

Espace insuffisant dans les rues marchandes (S)	Sacs poubelle de mauvaise qualité entraînant des difficultés lors du dépôt (E)	Horaires de collecte inadaptés (E)
La concentration de commerces de gros et de détail, associée à un nombre important de visiteurs, cause une accumulation des déchets visibles en journée, indiquant également que l'espace offert aux commerçants pour le dépôt des déchets a été mal estimé et est donc insuffisant.	Les nouveaux sacs bleus pour la collecte des emballages en plastique, métalliques et des cartons à boissons sont plus fins et n'ont pas de cordon, les rendant plus difficiles à fermer. En plus des salissures causées, ce modèle ne peut plus être accroché dans l'établissement, et ajoute à la difficulté de stockage due au manque d'espace.	Les conteneurs doivent être sortis la veille du jour de collecte, cependant certaines communes n'autorisent pas les conteneurs sur le trottoir, et les commerçants n'ont pas toujours la possibilité de les sortir à ce moment-là. Certains établissements payent donc un employé des heures supplémentaires pour accomplir cette tâche.
Manque d'infrastructures adaptées (E)	Lieux de dépôts inaccessibles (E)	Variation des volumes de déchets produits (E)
Dans certains quartiers, il peut y avoir un manque d'infrastructures adaptées (P.ex. manque de conteneurs collectifs adaptés à la variation de l'activité commerciale et aux besoins des différents établissements).	De longues périodes de travaux dans certains quartiers bruxellois réduisent l'espace disponible pour le dépôt des déchets, ce qui ajoute à la malpropreté de la ville en attirant des dépôts clandestins.	Selon l'importance de l'activité, les professionnels de l'HORECA ont des difficultés à estimer la quantité de déchets à gérer et à déposer pour la collecte. P.ex. dépôt de volumes plus importants que ceux prévus dans leur contrat.

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières contextuelles

Espace de stockage limité (E)	Poubelles trop lourdes difficiles à placer aux bons endroits (E)
Le manque d'espace au sein des établissements rend difficile le stockage des déchets durant plusieurs jours.	Les poubelles remplies et lourdes sont parfois stockées dans des espaces restreints, ce qui rend leur manipulation difficile pour les employés qui doivent les déplacer pour la collecte.
Infrastructure limitant le transport des déchets (E)	Difficulté de prouver l'heure de dépôt des déchets même lors du bon dépôt (E)
L'infrastructure de certains établissements (P.ex. taille des portes) entrave le transport des conteneurs et leur sortie pour la collecte.	Certains commerçants profitent de l'impossibilité de prouver l'heure de dépôt des sacs pour déposer les leurs en dehors des horaires prévus.

« Pendant toute une période de travaux, la rue était devenue une décharge à ciel ouvert ».

Commerçante

Barrières comportementales

Détails des barrières identifiées, par type d'influence comportementale et par source (S : relevée dans la littérature scientifique / E : relevée lors des entretiens)

Barrières sociales

Forte rotation du personnel dans le secteur (E)

Le secteur HORECA connaît une forte rotation du personnel et les gérants n'ont pas grand intérêt à former les employés au tri et bon dépôt des déchets.

Effet de mimétisme entre commerçants (E)

Voir leurs voisins ne pas respecter les règles de dépôt de leurs déchets peut inciter certains commerçants à faire de même.

Manque de contrôle social entre établissements de la même zone (E)

Manque de contrôle social (P.ex. réflexions, mécontentement de la part des autres commerçants) lorsqu'un commerçant du quartier ne respecte pas les règles.

Manque de diffusion des bons dépôts (E)

Manque de communication et de mise en avant des établissements bons élèves en termes de dépôt des déchets qui devraient représenter la norme à valoriser dans le secteur.

« Je ne prends plus le temps de former des équipiers car ils ne restent pas longtemps, je m'occupe des déchets moi-même ».

Restaurateur

Barrières individuelles

Sentiment de stigmatisation dans l'application des sanctions par rapport aux ménages (E)

Les commerçants et restaurateurs se sentent plus facilement sanctionnables que les ménages ou les passants du fait du traçage possible de leur activité. Cela crée un sentiment de frustration chez certains professionnels.

Peur du risque de dépôts sauvages (E)

Certains commerçants et restaurateurs hésitent à déposer leurs poubelles en bord de rue de peur que cela attire des dépôts sauvages et/ou dépôts clandestins.

« A Bruxelles, il est plus facile de sanctionner les commerçants plutôt que les ménages ou les passants dans la rue car ils sont faciles à identifier. Mais beaucoup d'entre eux le vivent mal ».

Association de commerçants

Intervention #5

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Stimuler

Mise en place de marquages au sol indiquant les lieux de dépôts

Score : 8.2

Conditions de mise en place

- Proposer une nouvelle itération de la campagne 'Alors on sort' spéciale commerçants avec des marquages temporaires à effectuer une par an (ou deux en fonction du besoin de rappel). Les marquages permanents, si mis en place, devraient eux être maintenus en bon état régulièrement.
- Fournir le pochoir aux communes afin qu'elles l'utilisent aux moments et aux endroits qui doivent être particulièrement ciblés.
- Prévoir des zones de dépôts spéciales commerçants (P.ex. sur les places où il y a de nombreux commerçants) avec des conteneurs de tri.

Challenges potentiels

- Problématiques structurelles : certains commerçants ferment trop tôt pour bien déposer leurs déchets, dans d'autres cas il est difficile de bien déterminer le bon lieu de dépôt à cause d'un manque de place. Il existe également un risque de dépôts clandestins près des zones dédiées.
- Au niveau logistique, collecte potentiellement complexe lorsque différents collecteurs doivent avoir accès au même lieu de dépôt. Selon le lieu, besoin de l'accord de la commune/région pour l'installation de lieux de dépôt.

Solutions

- Pour éviter les dépôts clandestins dans les zones dédiées, le design des conteneurs peut aider (P.ex. faire en sorte que ceux-ci ne ressemblent pas à des conteneurs poubelles classiques). Il peut aussi être utile de placer des caméras (factices ou réelles) ou simplement d'informer que les lieux sont surveillés. Lors de dépôts clandestins, la technique des rubalises de police peut également signaler qu'une enquête est en cours pour retrouver les responsables. Au niveau de la logistique des collectes, il peut être utile que les commerçants s'organisent pour collaborer avec le même collecteur (voir intervention #6).
- Mettre en place un mécanisme de contrôle pour la vérification des auteurs des dépôts.

Certified



Behaven



Intervention #6

Cette intervention, issue de de la base Arc-en-Ciel™, a été **codéfinie avec les parties prenantes** :

Socialiser

Créer un comité de commerçants pour identifier les besoins communs

Score : 6.0

Conditions de mise en place

- Créer un comité de commerçants par zone pour définir les besoins et les objectifs communs en matière de gestion des déchets. Ce comité devrait inclure un représentant de chaque établissement concerné.
- Adresser une demande collective à la commune pour identifier les emplacements disponibles pouvant servir de zone de dépôt commune.
- Installer des conteneurs semi-enterrés avec badge d'accès pour permettre aux établissements de déposer leurs déchets régulièrement tout en contrôlant l'accès pour éviter les dépôts clandestins.

Challenges potentiels

- Contraintes de temps des commerçants pour organiser des réunions et mettre en place un plan d'action.
- Manque d'informations sur la réglementation liée à l'emplacement des conteneurs, telles que la distance de sécurité par rapport aux voies de circulation, et autres autorisations administratives (P.ex. autorisations cadastrales).

Solutions

- Impliquer les associations commerçantes pour encadrer les échanges des comités et bénéficier de leur expertise et liste de contacts.
- Demander le soutien de la commune concernée ou de la Région pour ce type de nouvelle démarche, par exemple via l'appel à projet « Local & Together »* visant à soutenir la mise en place de projets collectifs portés par des associations de commerçants et d'autres acteurs locaux de quartiers commerciaux délimités.
- Planifier les sessions de discussions à l'avance pour qu'un maximum de commerçants puissent y participer, par exemple en tenant compte des horaires d'ouverture des établissements.

* <https://economie-emploi.brussels/appele-projets-local-together-2023>

Certified



Behaven



Annexe : Evaluation des intervention

Intervention	Score Behaven	Score commerçants et restaurants (N=4)	Score PPCV & Communes (N=11)	Score final	Classement final
#1 Manuel ou checklist regroupant les procédures obligatoires	9,1	9,5	8,8	9,1	1
#5 Mise en place de marquages au sol indiquant les lieux de dépôts	8,5	8,8	7,5	8,2	2
#2 Visite de moniteurs en vue d'informer les commerçants	5,8	10	8,2	8	3
#3 Créer une formation en ligne sur le tri des déchets	7,8	6,5	7,7	7,3	4
#6 Créer un comité de commerçants pour identifier les besoins communs	6,0	6,8	7,9	6,0	5
#4 Attribuer un label pour récompenser les établissements qui trient bien leurs déchets	5,8	3,5	6,0	5,1	6

À PROPOS DE BEHAVEN

Entreprise certifiée B Corp, Behaven développe des solutions de changement de comportement qui optimisent l'efficacité de vos programmes et favorisent le passage à l'action.

CONTACT

Fred Dorsimont

Cofondateur & Directeur Général

0476 01 01 05

fred@behaven.com

www.behaven.com