



## Fiche-action D3 : Collecte groupée

# Organiser une collecte groupée des déchets

### Objectif :

Mutualiser les déchets des entreprises d'un même parc d'activité pour permettre la **collecte groupée** de ceux-ci par un **prestataire unique**.

### Intérêt :

Pour les entreprises qui génèrent de faibles quantités de déchets, il n'est pas toujours intéressant, d'un point de vue financier, organisationnel et/ou administratif, de multiplier les filières de tri (location de plusieurs types de conteneurs, intervention de plusieurs prestataires, etc.). Une solution pour ces entreprises est de se regrouper. En effet, mutualiser les flux et les moyens permet de :

- **diminuer les coûts** de transport (qui seront alors répartis sur l'ensemble des entreprises participantes);

- profiter des conditions financières intéressantes dont bénéficient d'autres entreprises; En diminuant les coûts ou simplement en mettant en relation des entreprises (partages d'expériences et de contacts), de nouvelles filières de tri peuvent se dégager.

Améliorer le tri présente un intérêt environnemental et améliore l'image de marque de l'entreprise. **Dans cette action, le gain financier ne doit pas être un objectif en soi mais bien une opportunité pour améliorer le tri.**

D'autre part, tout comme la mise en place d'un gardiennage groupé, cette action fédère souvent les entreprises d'un parc d'activité. Si ce projet est lancé, il est ensuite plus facile rassembler les entreprises autour d'autres actions communes.

## Les étapes

### 1. Relever les données (types et quantités de déchets générés,...)

Le porteur de projet relève toutes les informations nécessaires pour rédiger l'appel d'offre. Pour cela :

- il **visite** chaque entreprise,
- il a accès aux **factures** "déchets"(idéalement des 12 derniers mois) de chaque entreprise.

Les informations à relever sont :

- les filières de collecte,
- si possible, les types de déchets non triés,
- les quantités de déchets générés par types et par flux (le plus précisément possible),
- les fréquences de collectes,
- les volumes et les types de conteneurs utilisés,
- le nom des prestataires par lesquels passent les entreprises,
- les services et conditions des différents prestataires,
- les desideratas et remarques des entreprises.

**Remarque** : le porteur de projet veille à assurer la confidentialité des données collectées.

En parallèle, le porteur de projet identifie les autres prestataires "déchets" œuvrant dans la région afin d'étoffer le réseau de collecte disponible aux entreprises. Il peut se renseigner via internet ou auprès de la fédération regroupant les collecteurs de "déchets".

### 2. Traiter les données

Le porteur de projet identifie les flux de déchets concernés par la mutualisation ainsi que d'éventuelles nouvelles filières de tri qui pourraient encore être développées dans les entreprises.

### 3. Créer et lancer l'appel d'offre

Un appel d'offre est ensuite construit sur base des données récoltées ([voir exemple d'appel d'offre dans les outils](#)). Celui-ci reprend :

- une présentation de la démarche ;
- un tableau récapitulatif dans lequel sont mentionnés, pour chaque entreprise (sans faire mention des noms des entreprises si les données sont confidentielles), les types et les quantités de déchets à collecter, la fréquence de collecte actuelle, le nombre et le type de conteneur(s) actuellement utilisé(s) ;
- une description du service demandé ;
- un résumé des exigences des entreprises ;
- le canevas de l'offre (afin de faciliter la comparaison des différentes offres) en précisant les différents éléments devant figurer dans celle-ci ;
- une/des date(s) pour la visite des entreprises (les prestataires souhaitent généralement visiter les entreprises avant de remettre une offre de prix. Pour fixer cette date, il faut contacter les entreprises afin de connaître leurs disponibilités) ;

- la date limite de remise de l'offre (2 à 3 semaines après la date de visite des entreprises) ;
- les coordonnées de la personne à qui les prestataires doivent confirmer leur participation à la visite des entreprises et à qui ils doivent remettre les offres.

**Remarque :** dans cet appel d'offre, il est également important de rappeler :

- que **les contrats sont individuels** (chaque entreprise aura un contrat individuel qui le liera au prestataire) même si les conditions de prix sont identiques pour toutes les entreprises.
- que les contrats ne seront effectifs que lorsque les contrats en cours seront arrivés à échéance.

L'appel d'offres est envoyé à un maximum de prestataires pour tenter de proposer un maximum d'offres et de services aux entreprises.

#### 4. Réaliser la visite des entreprises avec les prestataires

Les prestataires souhaitent généralement **visiter les entreprises concernées**. Ils identifient ainsi précisément les types de déchets à collecter, leur qualité et leur état (carton simple ou triple épaisseur, sec ou souillé par exemple), ainsi que d'autres données utiles pour la remise d'une offre de prix.

Pour les prestataires, c'est aussi l'occasion de rencontrer les chefs d'entreprises, de bien comprendre leurs éventuels desideratas et de pouvoir proposer un service adapté.

Cette rencontre évite aux entreprises concernées d'être dérangées à de multiples reprises.

#### 5. Recevoir et comparer les offres de prix

Lorsque le porteur de projet reçoit les offres de prix, il rassemble les données dans un **tableau récapitulatif** reprenant, par type de déchets : les conteneurs disponibles (volume), les prix de location, de transport et de traitement ([voir exemple de tableau comparatif dans les outils](#)). Il peut aussi comparer les services proposés par les prestataires et mettre en évidence les différences.

D'autre part, afin de convaincre les entreprises d'adhérer à ce groupement, le porteur de projet peut comparer les prix actuels des entreprises avec les prix proposés dans les offres. Il met ainsi en évidence d'éventuels gains financiers.

Autre idée : le porteur de projet réalise des **simulations de prix par déchet**, par type de conteneur et pour chaque prestataire ([voir exemple de simulateur dans les outils](#)). Ce travail plus poussé mais intéressant met en évidence d'éventuels gains financiers obtenus en changeant les types de conteneurs et les fréquences de collecte.

**Ce travail d'analyse des offres est important :** il permet aux entreprises **de comparer plus aisément** les différentes offres de prix. Cela facilitera **leur prise de décision** et leur fera gagner du **temps**.

#### 6. Envoyer les documents aux entreprises et organiser une réunion pour choisir le prestataire

Les offres de prix sont ensuite envoyées **dans leur version originale** aux entreprises participantes, accompagnées de l'analyse des offres (tableau comparatif et relevé des services proposés).

Si l'analyse a démontré des opportunités intéressantes de tri ou de réduction de coût dans certaines entreprises, le porteur de projet attire l'attention sur ce point.

Le porteur de projet profite de cet envoi pour fixer une date de réunion lors de laquelle les chefs d'entreprises choisiront le prestataire. **La présence d'un maximum de chefs d'entreprise (ou de représentants de ces entreprises) à cette réunion est très importante.**

## 6. Organiser la réunion décisionnelle

Au cours de cette réunion, le porteur de projet :

- présente à nouveau les **offres**, en mettant en évidence les différences tant au niveau des prix que des services proposés ;
- rappelle que l'**objectif** de cette démarche n'est pas financier mais qu'il est surtout d'améliorer le tri au sein de leur société (certaines entreprises peuvent en effet se démotiver, si elles ne voient pas d'avantage économique) ;
- insiste à nouveau sur les **opportunités** de tri pour les plus petites entreprises. Il réexplique que leur participation permet à d'autres entreprises de bénéficier de conditions intéressantes.

Grâce à ces éléments, entre autres, les chefs d'entreprises choisissent un prestataire commun.

## 8. Signer les contrats

Lorsque les différentes entreprises se sont mises d'accord, elles prennent **individuellement** contact avec le prestataire choisi pour signer leur contrat.

## Facteurs de réussite

- Présence des **mêmes déchets** dans plusieurs PME : plus les déchets rencontrés dans les entreprises sont similaires, plus il est facile de regrouper les flux des entreprises et plus le marché est intéressant pour les prestataires.
- Présence de petites PME : le tri n'est peut-être, **à la base**, pas rentable, pour certaines petites PME. Regrouper les entreprises le rend plus intéressant et renforce l'intérêt de cette démarche collective pour ces PME.
- Présence de petits prestataires dans la région: cela permet parfois d'obtenir des conditions financières intéressantes.
- Fibre environnementale de l'entreprise : si les entreprises sont **sensibles à l'environnement**, elles privilégieront l'aspect environnemental à l'aspect financier.
- Souci de l'image de marque de l'entreprise : à l'heure actuelle, les projets de gestion collective des déchets sont encore **novateurs**. La publicité de ce type d'actions est donc intéressante et une campagne de communication autour de cette action aura pour effet d'améliorer l'image de marque du parc d'activité et des entreprises participantes.
- Phénomène d'**émulation** : le fait que plusieurs entreprises se regroupent peut motiver d'autres entreprises.

- Présence d'une entreprise générant des **quantités importantes** de déchets: plus le marché est grand pour les prestataires, plus les offres seront intéressantes pour les entreprises. La présence d'une société ayant de gros flux de déchets dans le projet aide souvent à obtenir des conditions intéressantes.
- Taille du groupement : plus le marché est grand pour les prestataires (nombre d'entreprises participantes et quantité de déchets élevés), plus les offres seront intéressantes pour les entreprises.
- Election d'un coordinateur parmi les chefs d'entreprises participants : cela facilite l'organisation et permet d'impliquer concrètement les chefs d'entreprises.
- Accompagnement dans la démarche. La réalisation d'un **tableau comparatif** des offres et la **réalisation de simulations** personnalisées pour chaque entreprise leur simplifie le travail et met en évidence des opportunités intéressantes.

## Obstacles

- **Changement d'habitudes**, de prestataire : les entreprises sont peu enclines à modifier leurs habitudes ou à changer de prestataire surtout si la manière dont elles travaillent les satisfait.  
*Solution* : le porteur de projet leur présente les avantages de cette action, à chaque occasion possible.
- **Recherche d'un gain financier avant tout** : le gain financier n'est pas une certitude dans ce type de projet.

*Dans le cadre du projet Life-SMIGIN, certaines entreprises impliquées dans cette action n'ont pas réalisé d'économie. A l'inverse, d'autres sont parvenues, en développant leur filière de tri, à diminuer leur facture déchet de plus de 60% (voir revue de presse dans les outils)*

Rarement, des entreprises concluent que leurs factures vont augmenter si elles intègrent l'action. Dans ce cas, le porteur de projet peut tenter de renégocier les offres. Si cela n'est pas possible, l'entreprise risque de quitter le projet.

*Solution* : si l'intérêt financier passe avant l'intérêt environnemental, le porteur de projet rappelle **l'objectif de l'action et ses avantages** (autres que financier).

- **Manque de temps à consacrer aux réunions**  
*Solution* : des chefs d'entreprises peuvent déléguer quelqu'un (responsable environnement de l'entreprise, par exemple).
- **Manque de temps pour étudier les offres : les représentants des entreprises viennent parfois à la réunion sans avoir pu consulter les offres.**  
*Solution* : c'est pourquoi le porteur de projet représente les offres, en début de réunion, en mettant en évidence les différences tant au niveau des prix que des services proposés.

- **Contrat d'élimination des déchets établi au niveau d'un groupe (maison-mère) :** si le contrat d'élimination des déchets se discute au niveau d'un grand groupe dont fait partie l'entreprise, il sera très difficile voire impossible à celle-ci de changer sa manière de fonctionner.

**Outil 1** | Exemple d'appel d'offres

**Outil 2** | Exemple de tableau comparatif

**Outil 3** | Exemple de simulateur

**Outil 4** | Revue de presse : mission «Profils» - Articles de presse "Saintes"