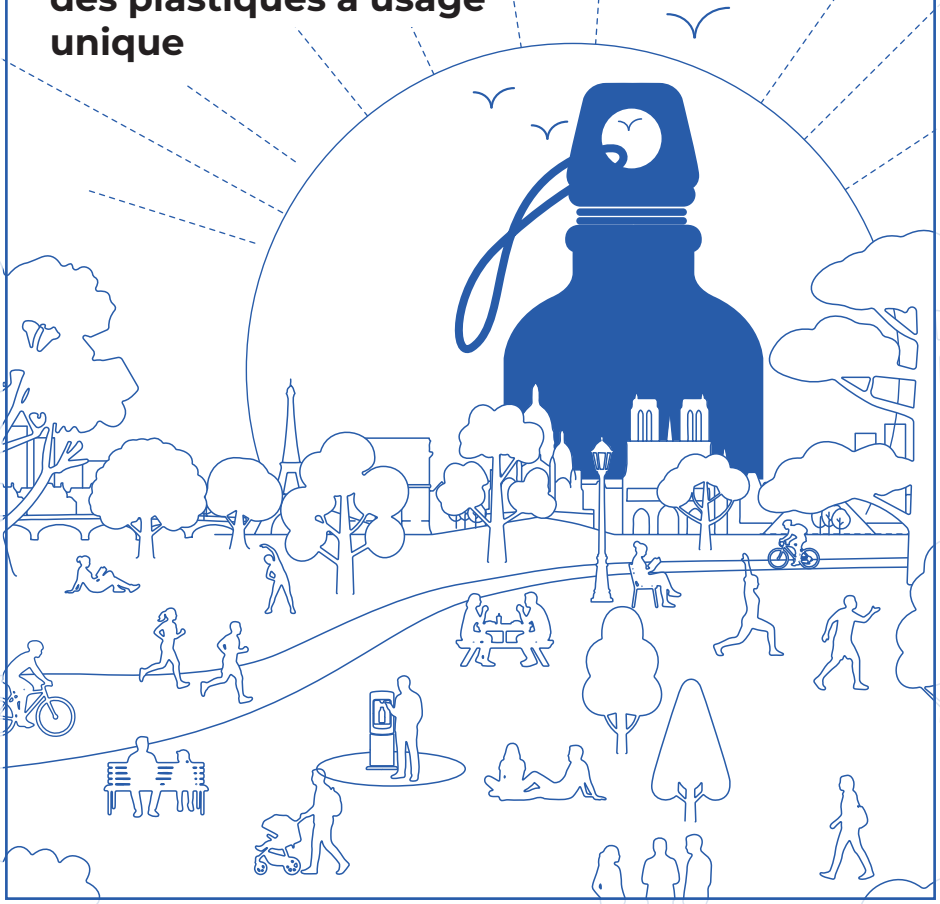
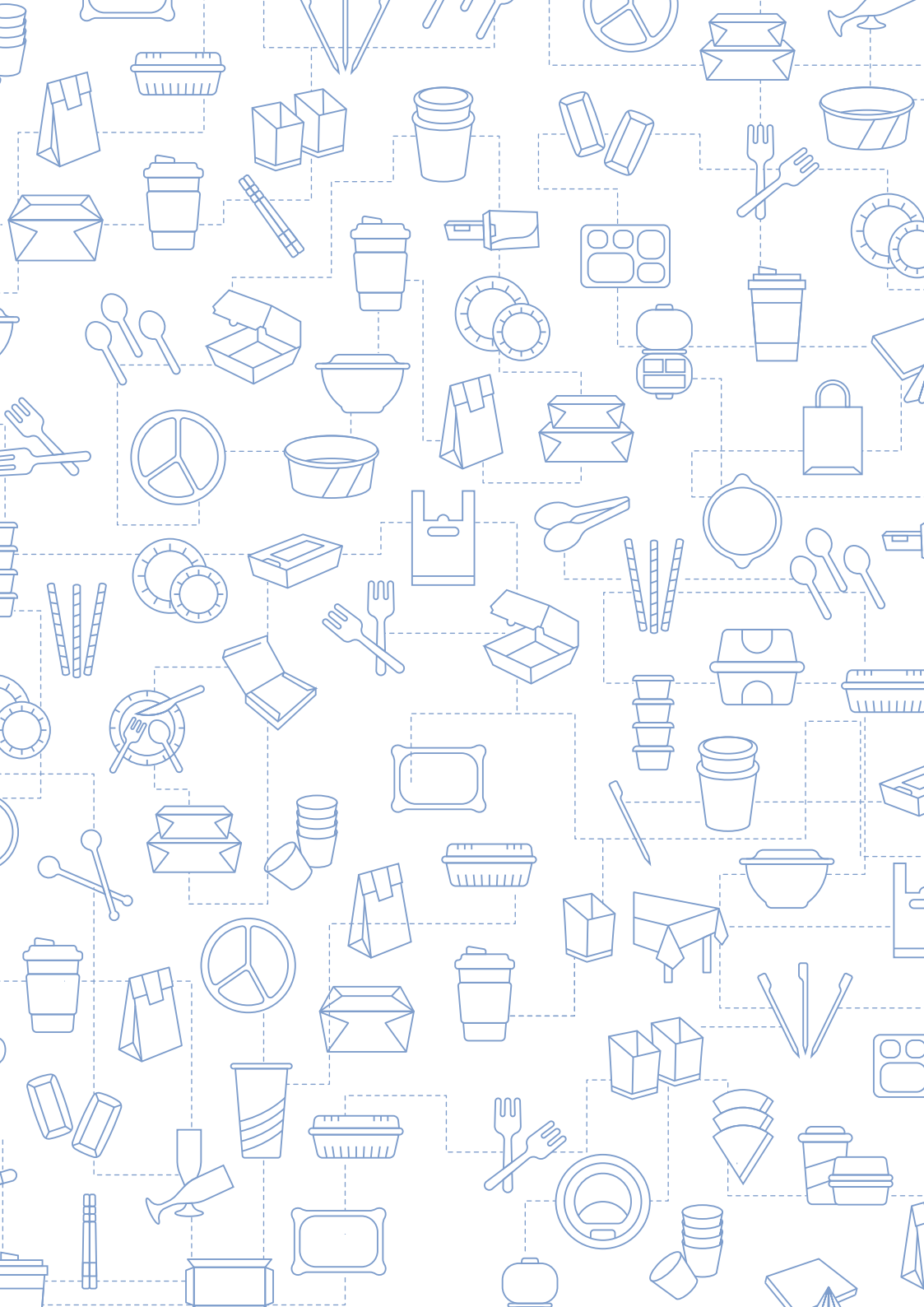
VILLE DE
PARIS

Vers un territoire zéro plastique

Guide pour accompagner la mise en œuvre de la sortie des plastiques à usage unique





Sommaire

INTRODUCTION 2
Pourquoi ce guide ? 2
Qu'est-ce qu'un plastique à usage unique ? 3
La situation actuelle en France 7
Le contexte parisien 8

1 TROUVER DES SOLUTIONS 14
Le plastique à usage unique : un enjeu systémique 15
Retours d'experiences 19
Points de vigilance 21
Ressources 24

2 SENSIBILISER ET ACCOMPAGNER 25
La sensibilisation comme levier central de la sortie du PUU 26
Retours d'experiences 29
Points de vigilance 31
Ressources 33

3 CERTIFIER OU LABELLISER 35
Pourquoi structurer et reconnaître l'engagement comme indispensable 36
Retours d'experiences 38
Points de vigilance 40
Ressources 41

4 MESURER 42
Pourquoi mesurer est indispensable mais doit rester proportionné 43
Retours d'experiences 45
Points de vigilance 47
Ressources 48

5 VALORISER LES ACTEURS ENGAGÉS ET COMMUNIQUER 49
Pourquoi valoriser et communiquer est indispensable 50
Retours d'experiences 51
Points de vigilance 53
Ressources 54

6 POUR ALLER PLUS LOIN : ÉCOSYSTÈME ET RESSOURCES 56
Problématiques 57
Récapitulatif des ressources 60

INTRODUCTION

Pourquoi ce guide ?

Ce guide a pour objectifs de permettre à toute personne, qu'elle soit dans l'administration, une entreprise, une association ou un commerce, de comprendre les enjeux du PUU et de se saisir du sujet.

Il ne s'agit pas de copier un modèle, mais d'appliquer des principes et des méthodes éprouvées, comme celles développées à Paris, sur tout le territoire.

L'APPROCHE STRUCTURANTE DE LA VILLE DE PARIS

En adoptant une approche pragmatique et progressive, centrée sur l'action et l'accompagnement plutôt que sur la sanction, cela a permis à la Ville de :

1. Identifier les actions clés pour agir par étapes : permettre un résultat visible et impactant, à la fois sur l'espace public avec la filière événementielle mais également dans le secteur alimentaire, du tourisme et de l'hygiène, beauté. Chaque solution est unique et propre à son contexte. Commencer par supprimer l'inutile, puis réduire, remplacer, et enfin repenser les usages (page 15).

2. Sensibiliser et accompagner : informer les équipes et les acteurs, les outiller, les écouter, et valoriser leurs initiatives. (page 26).

3. Certifier pour structurer et reconnaître : proposer une démarche d'engagement progressive, avec un suivi et une reconnaissance, pour motiver et valoriser les efforts (page 36).

4. Mesurer pour agir : utiliser des outils simples d'estimation pour prioriser les actions et montrer les progrès, sans chercher la perfection (page 43).

5. Valoriser pour créer un effet d'entraînement : mettre en avant les acteurs engagés, utiliser des outils de communication clairs et positifs (page 50).

Ce guide vous permettra de vous emparer de ce sujet, quel que soit votre territoire ou votre structure.

Qu'est-ce qu'un plastique à usage unique (PUU) ?

« Un produit en plastique à usage unique (PUU) est un produit fabriqué entièrement ou partiellement à partir de plastique et qui n'est pas conçu, créé ou mis sur le marché pour accomplir, pendant sa durée de vie, plusieurs trajets ou rotations en étant retourné à un producteur pour être rempli à nouveau ou réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu. »

(Définition de la Commission Européenne - Article D541-330 - directive SUP « Single Use Plastics », 2019,UE transposé dans le code de l'environnement).

→ *Ce sont les* ***objets jetables*** *que nous utilisons quotidiennement :* ***pailles, couverts, gobelets, sacs, bouteilles, emballages alimentaires, sachets individuels, etc****.*
Leur particularité est qu'ils sont ***conçus pour être utilisés une seule fois, puis jetés****.*



Photo by Magda Ehlers

« L'interdiction de mise à disposition de produits en plastique à usage unique mentionnée aux 1° et 2° du III de l'article *L. 541-15-10* s'applique également aux produits en plastique qui présentent des performances de durabilité, de résistance, et de solidité comparables à celles de produits à usage unique. »

Quelques chiffres clés

C'est l'équivalent d'**un camion-poubelle de plastique** qui est déversé dans l'océan **chaque minute**.
(Les filets fantômes, ces déchets qui hantent les océans, Greenpeace, 22 novembre 2019)



5 grammes de plastique sont ingérés chaque semaine par personne, soit l'équivalent d'une carte de crédit.
(Étude de WWF, 2019)

Seulement 1 bouteille plastique sur 10 est collectée dans les grandes villes comme Paris ou Marseille (Citeo, 2023).



860 000 tonnes de déchets plastiques sont produits chaque année en Île-de-France, soit l'équivalent de **86 120 Tours Eiffel** (Région Île-de-France, 2023).

Le plastique constitue **80 à 85 % des déchets marins**.
(note sur les déchets plastiques du Commissariat Général au Développement Durable)



On estime que les plastiques sont fabriqués avec **plus de 10 000 produits chimiques**.
(articles sur les microplastiques du National geographic)

LES TYPES DE PLASTIQUES EXISTANTS (ET LEURS PIÈGES)

Plastique compostable : le terme de « compostable » traduit une aptitude à se biodégrader dans un milieu dit de « compostage » selon les conditions et exigences inscrites dans les normes en vigueur, et non une aptitude à se biodégrader dans un milieu naturel. En effet, cette mention « compostable » ne garantit pas que cet emballage abandonné dans la nature parvienne à se biodégrader suffisamment vite dans l'environnement pour ne pas générer d'impacts sur les écosystèmes. En l'absence de filières adaptées, ils sont majoritairement triés avec les emballages puis incinérés.
(Avis de l'ADEME - les limites de l'emballage en plastique compostable, 2023).

Emballages carton "sans plastique" : souvent dotés d'une couche barrière plastique donc toujours considérés comme PUU (M. & Mme Recyclage, 2024).



IDÉES REÇUES À DÉCONSTRUIRE

Le gobelet carton « sans plastique » est une alternative

l'appellation « sans plastique » pour les gobelets en carton est techniquement trompeuse. Pour garantir l'étanchéité, ces supports sont doublés d'une fine couche de polymère, souvent du PLA (acide polylactique).

Le PLA est un plastique écologique

Bien que biosourcé (maïs, canne à sucre), le PLA est classé comme plastique par la Directive Européenne (UE) *2019/904*. Sa transformation chimique le rend insoluble et résistant en milieu naturel. L'ADEME (2022) rappelle qu'il nécessite un compostage industriel (> 58°C) pour disparaître.

Les canettes ou briques sont sans plastique

Ces contenants de liquides contiennent un pelliculage plastique non recyclable.

Le plastique recyclé est vertueux

Non, il reste un PUU, et le recyclage est limité (14 % des plastiques sont recyclés en France).

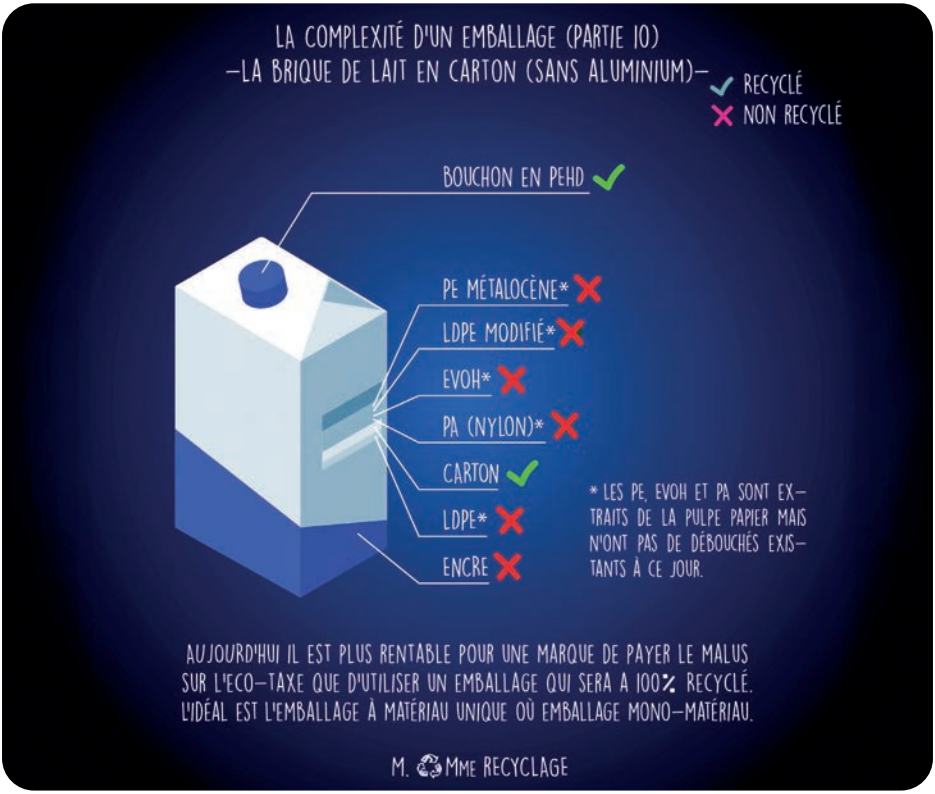


La substitution du plastique pétrosourcé par du jetable biosourcé ou du recyclé reste une source de pollution. La seule alternative réelle est le réemploi.

Pourquoi le PUU est-il est un problème ?

LE PUU EST UN FLÉAU ENVIRONNEMENTAL, SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE

- **Environnemental :** 99 % du plastique est issu du pétrole. Sa production et sa fin de vie génèrent des émissions de gaz à effet de serre. Chaque minute, 15 tonnes de plastique sont rejetées dans les océans, dont plus de 50 % sont des PUU.
  Les microplastiques contaminent les sols, l'air et l'eau, et sont ingérés par la faune, la flore et les êtres humains.
- **Sanitaire :** les plastiques courants contiennent tous des additifs et un quart d'entre eux ont des effets toxiques avérés notamment au contact de la chaleur (*coalition scientifique pour le traité Plastique*, 2024)
- **Économique :** le plastique à usage unique génère des coûts cachés : gestion des déchets, nettoyage des espaces publics, perte de valeur des produits (ex : un café en dosette coûte 0,62 €, un café en machine 0,11 €).



La situation actuelle en France : lois, objectifs et défis

Cadre réglementaire :

Loi AGEC (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire) : prévoir la fin progressive des PUU depuis 2021 et d'ici 2040.

- **Janvier 2021 :** interdiction de distribuer gratuitement des bouteilles d'eau dans les établissements recevant du public (ERP). Interdiction progressive des plastiques à usage unique (couverts, assiettes, pailles, boules à thé, etc.)
- **Janvier 2022 :** obligation d'installer des fontaines à eau accessibles dans les ERP.
- **Janvier 2023 :** interdiction des emballages alimentaires en plastique à usage unique pour les repas pris sur place ou à emporter. La restauration sur place doit être servie dans des contenants réemployables.
- **Janvier 2024 :** interdiction des plastiques à usage unique non recyclables ou non réutilisables dans les événements publics - Interdiction de vendre des dispositifs médicaux contenant des microplastiques.
- **Janvier 2025 :** réduction de 20 % des emballages plastiques à usage unique (dont au minimum via le réemploi).
- **Janvier 2026 :** interdiction de vendre des produits cosmétiques rincés contenant des microplastiques (autres que les cosmétiques exfoliants et gommages qui sont déjà interdits depuis le 1er janvier 2018) comme les shampooings, produits de coloration, gels douche, démaquillants.
- **Janvier 2030 :** réduction de 50 % du nombre de bouteilles en plastique à usage unique.

LOI ANTI-GASPILLAGE pour une économie circulaire

Loi EGalim (2018) : interdit les contenants plastiques pour la cuisson, le réchauffage et le service en restauration collective à partir de 2025.

Traité international plastique : toujours en cours de négociation sous l'égide des Nations Unies. Il s'agit d'un accord international dont la négociation a débuté en 2022 entre les États membres de l'ONU. L'objectif était d'aboutir à un accord juridiquement contraignant avant fin 2024 et portant sur l'ensemble du cycle de vie des plastiques (comprenant les phases de conception, de production et d'élimination).

Objectifs nationaux

- **2030 :** Île-de-France zéro plastique (Région Île-de-France).
- **2040 :** sortie complète des plastiques à usage unique (Loi AGEC).

DIFFICULTÉS DE MISE EN OEUVRE

- **Manque de visibilité des alternatives :** les consommateurs et professionnels peinent à identifier les vraies solutions.
  → *voir 1/ Trouver des solutions p.14*
- **Coûts et logistique :** le réemploi nécessite des infrastructures de lavage, de collecte, de traçabilité.
- **Résistance culturelle :** habitudes de consommation, perception du "pratique" ou du "propres".
  → *voir 3/ Certifier ou labelliser p.35*
- **Manque de coordination :** entre acteurs publics, privés, et citoyens.
  → *voir 5/ Valoriser les acteurs engagés et communiquer p.49*

Le contexte parisien : une ambition exemplaire, construite pas à pas

Paris s'est fixé un objectif ambitieux dès 2019 : zéro plastique à usage unique pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 et au-delà , comme héritage durable pour la ville.

L'ambition est déployée et portée par la Direction de la Transition Écologique et du Climat (DTEC) en coordination avec l'ensemble des services de la Ville et des acteurs du territoire parisien sur trois niveaux d'actions :



Acteurs engagés 2024.

- **Administration exemplaire :** une équipe de 40 référents avaient été mise en place en 2022. Son mandat était de déployer et coordonner les projets de réduction du plastique sur la boisson, la restauration et les goodies au sein des services municipaux.
- **Territoire parisien :** le réseau “Pari(s) du Zéro Plastique” avait été créé dès 2020 et a pris fin début 2026. Il a regroupé près de 1 500 acteurs privés : commerces, entreprises, porteurs de solutions et associations, tous engagés dans la réduction du plastique dans les activités économiques à Paris.
- **Jeux Olympiques et Paralympiques :** un dialogue avait été engagé dès 2021 avec plusieurs partenaires officiels pour déployer des actions concrètes de réduction des déchets plastiques via des offres en vrac et/ou en réemploi et faciliter l’accès à l’eau de Paris pendant les Jeux.

CE QUE L’ON RETIENT

- **Paris ANTICIPE les échéances légales :** dès 2023, elle dépasse la loi en interdisant les PUU dans ses propres achats, événements concessions.
- **Paris ACCOMPAGNE les acteurs du territoire :** 1 000 commerçants dans le réseau “Ici je choisis l’eau de Paris”, 170 établissements certifiés “zéro plastique”, 2 000 professionnels formés de 2021 à 2024.
- **La Ville DÉPLOIE des solutions concrètes :** consigne et vrac pour la restauration des agents, renforcement du parc de fontaines à eau et généralisation de l’usage de la gourde.
- **Elle MESURE l’impact :** 98,4 tonnes de plastique évitées depuis 2020, dont 45 tonnes pendant les Jeux.
- **Elle IDENTIFIE les plastiques à cibler :** grâce à un *diagnostic des flux plastiques* mené en 2021. Ce rapport a confirmé l’ambition de la Ville montrant que les emballages plastiques sont la deuxième source de plastique retrouvé au sol.

FRISE CHRONOLOGIQUE 2007-2024

2007 — **2019** — **2021**

Prémisses de l'ambition



Structuration de plans municipaux ciblant le plastique

PROGRAMME TRANSFORMATIONS OLYMPIQUES

Programme héritage des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, point de départ de l'ambition zéro plastique à usage unique.

PLANS CIBLANT LE PLASTIQUE

- Feuille de route économie circulaire
- Plan climat
- Plan Alimentation Durable
- Plan Local de Prévention des Déchets Ménagers et Assimilés

Structuration



Définir une vision partagée et bâtir un plan d'action

STRUCTURER L'AMBITION

- Concertation avec les acteurs du territoire
- Benchmark
- International
- Diagnostic parisien des flux plastiques
- Plan d'actions 2020-2021

ÉTÉ 2024 — 2025 — 2030

Opérationnalisation



Expérimentations,
mise en oeuvre
d'actions concrètes

LANCEMENT DU RÉSEAU PROFESSIONNEL PARI(S) DU ZÉRO PLASTIQUE ET DE LA CERTIFICATION

- Lancement du réseau « Ici je choisis l'eau de Paris »
- Lancement de Paris s'emballe
- Lancement du Paris Zéro Plastique et de la certification

ADMINISTRATION EXEMPLAIRE

- Coordination par la Direction de la Direction de la Transition écologique et du Climat
- Task force de 40 référents
- Guide administration et de formation

PRÉPARATION DES JEUX

- Événements tests
- Expérimentations de nouveaux modèles

Jeux



Accueillir
les Jeux
sans PUU

ÉXPÉRIENCE VISITEURS SANS PLASTIQUE JETABLE

- Site des festivités et de compétition
- Sensibilisation du grand public
- Valorisation des acteurs engagés
- Visites guidées
- Site de festivités municipaux sans plastique à usage unique
- 11 sites de compétition sans bouteilles plastiques
- Gourdes acceptées sur l'ensemble des sites avec accès à l'eau du robinet

Héritage



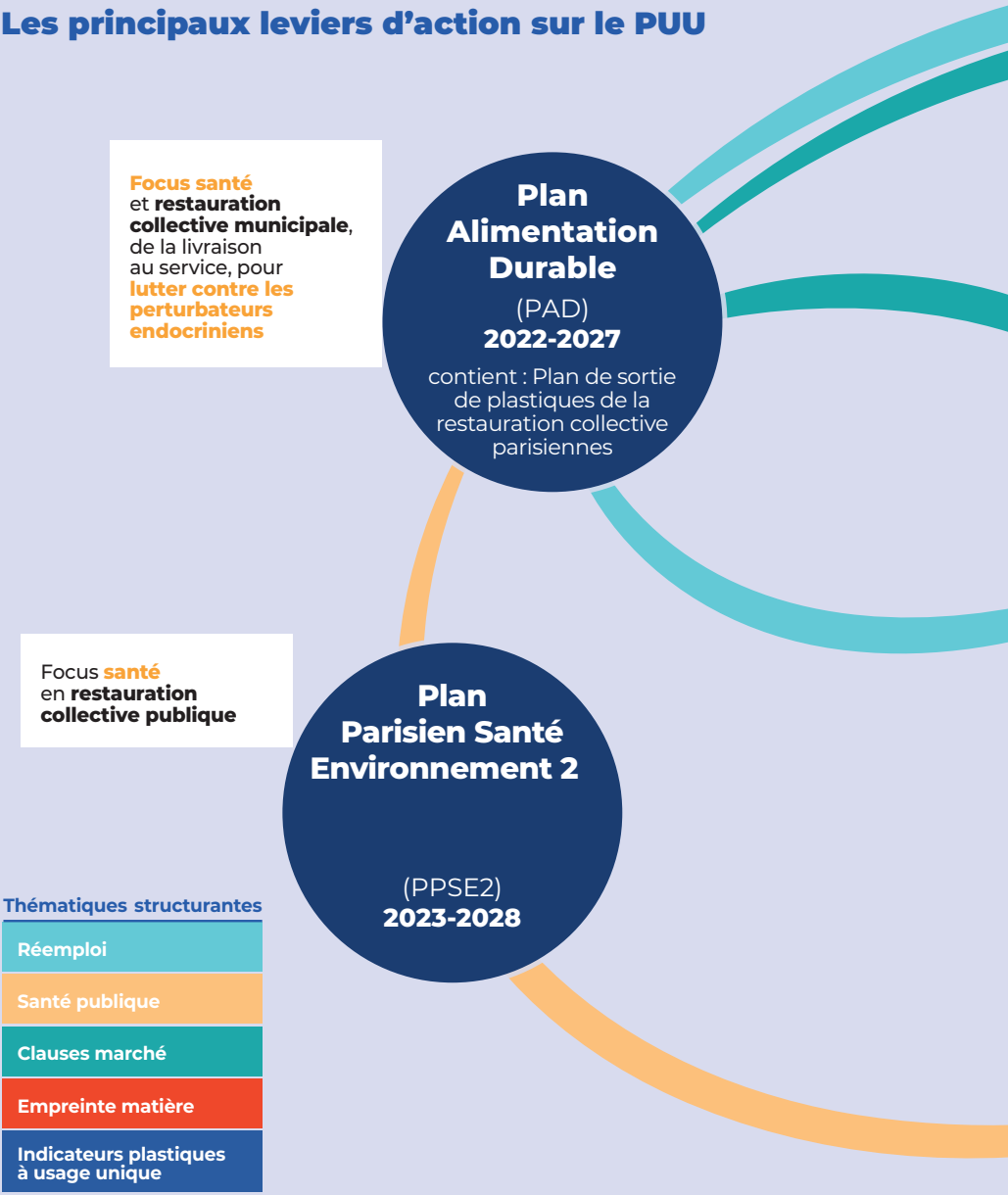
Ancrer durablement
les transformations
dans l'administration
et sur le territoire

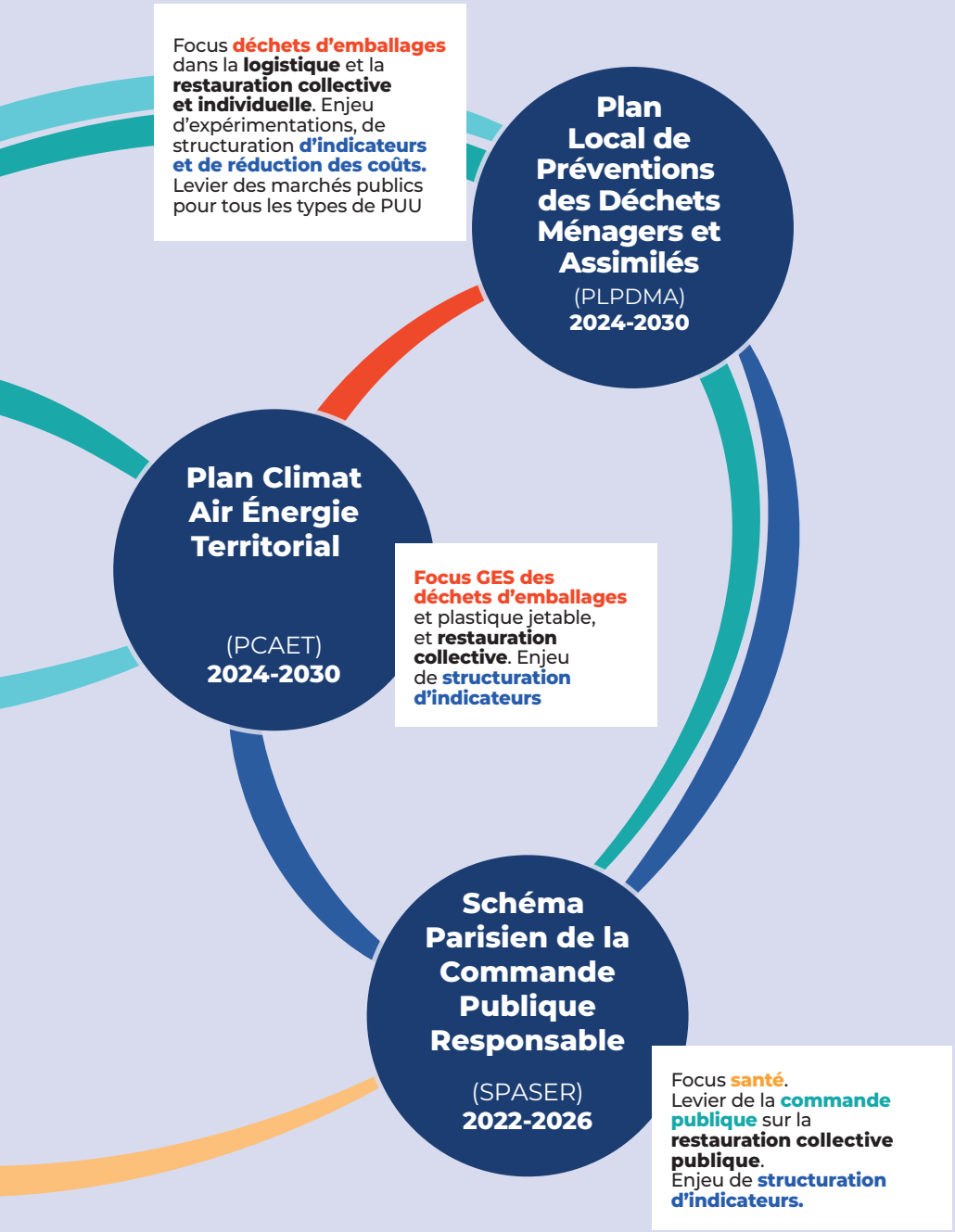
HÉRITAGE POUR PARIS

- Courses zéro plastique à usage unique
- Charte des événements éco-responsables
- La réduction du plastique, axe majeur des plans municipaux
- Administration exemplaire
- Alimentation durable

HÉRITAGE DE L'AMBITION ZÉRO PLASTIQUE À USAGE UNIQUE

Les principaux leviers d'action sur le PUU




Focus déchets d'emballages dans la logistique et la restauration collective et individuelle. Enjeu d'expérimentations, de structuration d'indicateurs et de réduction des coûts. Levier des marchés publics pour tous les types de PUU
Plan Local de Préventions des Déchets Ménagers et Assimilés
(PLPDMA)
2024-2030
Plan Climat Air Énergie Territorial
(PCAET)
2024-2030
Focus GES des déchets d'emballages et plastique jetable, et restauration collective. Enjeu de structuration d'indicateurs
Schéma Parisien de la Commande Publique Responsable
(SPASER)
2022-2026
Focus santé.
Levier de la commande publique sur la restauration collective publique.
Enjeu de structuration d'indicateurs.

TROUVER DES SOLUTIONS

LE PLASTIQUE À USAGE UNIQUE (PUU) : UN ENJEU SYSTÉMIQUE

RETOURS D'EXPÉRIENCES

POINTS DE VIGILANCE

RESSOURCES

1

Le plastique à usage unique (PUU) un enjeu systémique

Le plastique à usage unique (PUU) occupe une place disproportionnée dans les politiques de réduction des déchets, non par son poids relatif, mais par son omniprésence dans les **usages quotidiens** et par les impacts multiples qu'il concentre : environnementaux, sanitaires, économiques et réglementaires.

Ils sont partout, utilisés par différentes personnes, secteurs pour différents usages. Les actions possibles pour réduire ce fléau existent. Il n'y a **pas une unique solution** mais une **multitude de leviers d'actions** et c'est ce dont nous allons parler dans cette fiche. Il n'est pas toujours aisé de faire trouver des alternatives et de faire les tri entre ce qui est une réelle solution.

De plus, l'usage de ces plastiques à usage unique, souvent évitable, et lié à des automatismes organisationnels, structurels plutôt qu'à des besoins réels. Cela a semblé une évidence à la Ville d'impliquer son administration dans la démarche de suppression des PUU puisqu'ils sont présents dans **toutes les sphères d'action de l'administration** (accueil du public, événements, achats, logistique, communication, restauration, équipements).

Pour identifier les leviers d'action, et aider les acteurs du territoire à faire un choix, la Ville de Paris a structuré **trois niveaux d'action complémentaires**, à activer dans un ordre précis pour éviter les fausses bonnes idées et embarquer tout le monde à son échelle.

Les trois niveaux d'actions complémentaires

1 Réduction

Réduire partiellement son offre et son usage de produits en PUU

- **Supprimer ou réduire certaines références dans mon offre**
  → Je ne vends plus d'eau plate en bouteilles plastique ou j'ai réduit mes références de produits pour ne plus avoir de PUU.
- **Distribuer que sur demande certains PUU**
  → Je ne propose plus d'office les charlottes de douche mais les donne que sur demande / de même pour les sauces.
- **Remplacer les emballages secondaires par des matériaux 100 % papier**
  → La protection des livres que je vends dans ma boutique sont 100% en papier.
- **Remplacer par du verre perdu (= jeter dans la poubelle de verre)**
  → J'ai changé de fournisseur pour les pots de confitures et ils sont désormais en verre. J'ai remplacé les dosettes de sucre par un sucrier (solution en vrac).
- **Passer au grand format**
  → Je sers les boissons à partir de contenants grands formats.



Laiterie La Chapelle.

© Sarah Hadrame/Reporterre



Affiche de la Ville de Paris.

2 Réemploi

Remplacer ses contenants / produits jetables par des contenants / produits réemployables

(avec incitation au retour ou non).

- **Accepter et encourager les client·es/usagers à venir avec leur contenant**
  → Je communique via des stickers ou flyers, en physique ou en ligne. J'applique 10 % de réduction quand le client vient avec sa tasse.
- **Proposer des contenants en réemploi avec incitation au retour**
  → J'ai lancé un menu spécial réemploi avec un contenant réemployable consigné, que je récupère et lave. Je mets une signalétique claire pour les courses sur route pour récupérer les gobelets.
- **Proposer des contenants en réemploi sans incitation au retour**
  → Je fournis aux adhérents ou aux agents des gourdes réemployables. Je sers mes boissons dans des gobelets réutilisables, et j'ai mis un bac de collecte à la sortie de mon stade (retour volontaire).
- **Installer une fontaine / tireuse / carafe**
  → Pour l'eau et la bière je sers dans des contenants réemployables à partir d'une fontaine. J'installe des fontaines à eau en accès libre et communique sur mes points d'eau existants.
- **Communiquer sur le « geste gourde » à l'intérieur ou à proximité**
  → J'ai mis des stickers et je félicite les usagers qui viennent avec leur gourde.
- **Rejoindre le réseau Ici je Choisis l'eau de Paris**
  → J'ai rejoins le réseau. J'ai une fontaine à eau de *Ici, je choisis l'eau de Paris*. J'ai mis leur sticker en vitrine.
- **Vendre des références en réemploi (côté fournisseur)**
  → J'ai changé de fournisseurs et d'offres de boisson pour ne vendre que des bouteilles en verre que je récupère puis re-donne à mon fournisseur.
- **Proposer de la vaisselle en dur lavée sur place (changement par rapport à avant)**
  → Pour toute consommation sur place ou proche de mon établissement, y compris moins de 20 places assises, je sers systématiquement dans de la vaisselle en dur que je lave.
- **Organiser des événements zéro déchet**
  → Lors de festivals ou réunions, je propose uniquement des contenants et couverts réemployables.
- **Mutualiser le matériel entre associations**
  → Nous partageons vaisselle et contenants réemployables pour nos événements afin de limiter les achats jetables.
- **Suivre et valoriser les réductions de déchets**
  → Je mesure le nombre de contenants réemployés et communique sur l'impact pour encourager la participation.

3 Repenser l'usage

Retravail de l'offre et/ou de l'expérience.

- **Proposer un contenant comestible**
  → La tasse dans laquelle je sers le café et la touillette se mangent (cuillère ou cup comestible).
- **Passer à une offre sans emballage**
  → Je vends mes savons sans emballage.
- **Fabriquer maison / sur-place**
  → Je fabrique sur place mes cookies.
- **Passer à une offre dématérialisée**
  → J'ai supprimé tous les billets papiers / programmation papier et ne communique que de manière digitale.
- **Proposer une offre en vrac**
  → J'ai ajouté un rayon vrac dans mon magasin.





Course sur route - Charte des évènements écoresponsables

Retours d'expériences

Méthodes pour identifier et choisir la bonne solution

(à destination de la DTEC mais également de l'ensemble de l'administration parisienne et tout acteur du territoire).

1. Créer un catalogue des solutions *(à destination de la DTEC mais également de l'ensemble de l'administration parisienne et tout acteur du territoire).*

- **Rendre** visibles les porteurs d'alternatives.
- Proposer un **choix éclairé** de solutions.
- Permettre un **accès commun** à des alternatives validées par la Ville.
- Faire ressortir les bonnes pratiques / solutions.

Par cette action, la Ville de Paris donne un cadre et des outils aux acteurs et administration qui peuvent parfois se sentir perdus par le nombre de solutions et de fausses bonnes idées.

2. Faire se rencontrer acteurs et porteurs de solutions

- Aider les porteurs de projet à comprendre les **problématiques terrain** des acteurs parisiens pour ajuster leurs solutions.
- Permettre aux acteurs de faire des **retours concrets** entre eux pour s'inspirer et solidifier la cohésion au sein du groupe de travail.
- Permettre un **échange direct** entre les porteurs de solutions et les porteurs de projet.

La rencontre physique et la présentation de solutions concrètes par les porteurs d'alternatives favorisent un échange interactif, permettant aux acteurs de poser des questions et aux porteurs d'affiner les besoins utilisateurs.

3. Partir des usages et choisir une stratégie

- Se poser la question : "**Pourquoi cet objet est-il utilisé ?** Est-il indispensable ?" ou encore "Qu'est-ce qui est encore en PUU et demeure très utilisé ?" et non "Par quoi remplacer cet objet ?".
- **Supprimer** un certain nombre de goodies ou souvenirs non essentiels **sans rechercher d'alternative matérielle**.
- **Évaluer l'effort vs l'impact**. Il est plus simple de supprimer l'entièreté des pailles que de chercher une alternative ayant un autre impact. Un autre exemple de stratégie est de cacher certains produits et de ne les donner que sur demande.

- Partir d'une **base commune**. Pour cela, la Ville a identifié 3 catégories prioritaires :
  - Boissons (accès à l'eau, offre de boissons)
  - Restauration (offre alimentaire, buffet)
  - Objets promotionnels (goodies)
- Encadrer les usages via les **marchés publics** (clauses spécifiques).

Une approche ludique facilite l'engagement des participants et actionne la mémoire visuelle et le souvenir de l'expérience vécue.

4. Tester à petite échelle

- Mettre en place des solutions à **petite échelle** pour tester rapidement et servir d'exemple de manière à activer le changement d'échelle.
- Commencer par de petits changements permet de voir la réaction des client·es. Cacher des produits avant de les supprimer complètement est une **solution progressive**.

Avant tout déploiement, il est important de tester une solution à partir d'un projet pilote à petite échelle pour évaluer sa performance, mesurer sa faisabilité et recueillir les retours des équipes et des usagers.

La mise en place d'actions par des acteurs parisiens ont servi d'exemple et de test pour l'expérimentation globale menée sur les sites olympiques.

5. Être visible pour faciliter la duplication

- Partager le résultat des groupes de travail permet d'influencer, mais également d'**inspirer sur le territoire** et au-delà.
- Diffuser les **webinaires**.
- Créer un **site internet** visible de tous.

Pour aider à trouver la bonne solution, la communication sur différents réseaux et supports permet une meilleure diffusion et inspiration. Chaque ville a son propre contexte et les solutions locales existent.

Points de vigilance

Ce qui peut fragiliser la démarche

1. Le piège du simple remplacement de matière

✗ Remplacer un PUU par un autre matériau sans repenser l'usage peut avoir des effets contre-productifs ou générer un effet rebond : déplacement des impacts environnementaux, surcoûts, ou faux sentiment de progrès.

✓ **Chaque action doit être prise dans son contexte. Il est important d'évaluer les impacts directs et indirects d'un changement. Chaque structure a sa propre stratégie.**

✓ **Penser l'organisation logistique en amont de la mise en place de solutions. Le développement de la vaisselle lavable sur les événements municipaux n'est efficace que s'il s'accompagne d'une organisation logistique adaptée (lavage, stockage, transport).**

2. Attention aux " faux amis " pour éviter de faire fausse route

✗ Les termes utilisés par l'industrie ne sont toujours explicites. Il est important de connaître les définitions des mots suivants :

Biosourcé : plastique contenant de la biomasse (végétal), mais pouvant inclure jusqu'à 80 % de pétrole.

Biodégradable : la mention du terme biodégradable est interdite par la loi AGEC sur tous emballages. Il n'existe aucune définition scientifique de la biodégradation car elle dépend des conditions physico-chimiques de dégradation.

Bioplastique : terme générique qui peut désigner un plastique biosourcé ou biodégradable, mais qui demeure du plastique.

✗ Les canettes en aluminium, les briques alimentaires, les gobelets en carton avec pelliculage plastique, ou encore les emballages biosourcés ou compostables, restent des produits à usage unique, générateurs de déchets et de pollution non-encouragés par la Ville.

✓ **À Paris, le choix a été fait de ne pas substituer massivement un PUU par un autre, mais de privilégier la réduction et le réemploi. Cela permet d'éviter les erreurs.**

→ Réemploi : selon le Code de l'environnement, un emballage réemployable est "Un emballage faisant l'objet d'au moins une deuxième utilisation pour un usage de même nature que celui pour lequel il a été conçu, et dont le réemploi ou la réutilisation est organisé par ou pour le compte du producteur.

Un emballage faisant l'objet d'au moins une deuxième utilisation en étant rempli au point de vente dans le cadre de la vente en vrac ou à domicile, s'il s'agit d'un dispositif de recharge organisé par le producteur, est réputé être "réemployé".

3. L'oubli des équipes opérationnelles

⊗ Une solution imposée sans concertation risque d'être contournée, de susciter de la résistance ou d'être mal utilisée.

✓ **Il convient d'inclure dès le début de la réflexion les acteurs concernés par le changement et d'inviter toute personne impactée par le changement dans les groupes de travail.**

✓ **Communiquer les guides de bonnes pratiques à vos équipes.**

4. La tentation du " tout de suite parfait "

⊗ Attendre de trouver la bonne solution peut prendre du temps. La solution parfaite n'existe peut-être pas.

✓ **L'expérience parisienne montre qu'il vaut mieux avancer par étape, progressivement.**

✓ **Accepter des solutions transitoires.**

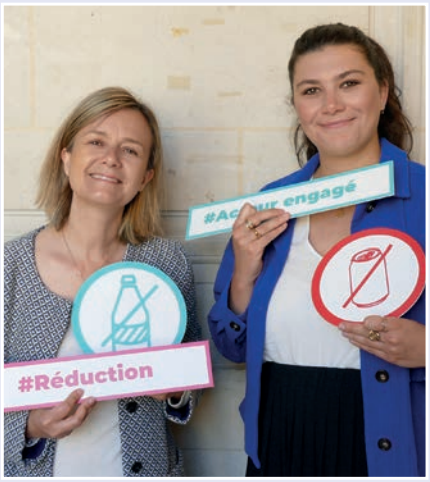
✓ **S'appuyer sur l'existant : pour des événements temporaires, il peut être intéressant de faire appel à des acteurs proposant un service de vaisselle réemployable avec leur propre logistique.**



Catalogue des solutions

EXEMPLES DE RÉUSSITES STRUCTURANTES

- La création d'un ***annuaire des solutions*** sur le site Le Pari(s) du Zéro Plastique permettant à tous les acteurs de trouver des alternatives pertinentes.
- Les **temps de co-création** entre acteurs de la ville pour échanger sur leur retour d'expériences d'actions mises en place.
- Des **guides pratiques** pour une administration exemplaire mais aussi pour des événements écoresponsables comprenant 8 guides axés sur des thématiques spécifiques (ventes avec restauration sur le domaine public, fêtes foraines, festivités de proximité, pour les tournages, les défilés de mode, les ventes au déballage et les équipements sportifs).
- Structuration de **plans municipaux** intégrant le plastique comme axe majeur (Plan climat, économie circulaire, alimentation durable) et prescriptions zéro PUU dans les AOT pour l'espace public, permet à la Ville de filtrer dès l'entrée, une solution adaptée au besoin.
- Exposition des avancées et dialogues lors de la **conférence annuelle** permettant de rassembler les différents acteurs engagés, ou curieux et porteurs de solutions, de manière à ce qu'ils échangent autour d'un stand, d'une table ronde et écoutent des retours d'expériences.





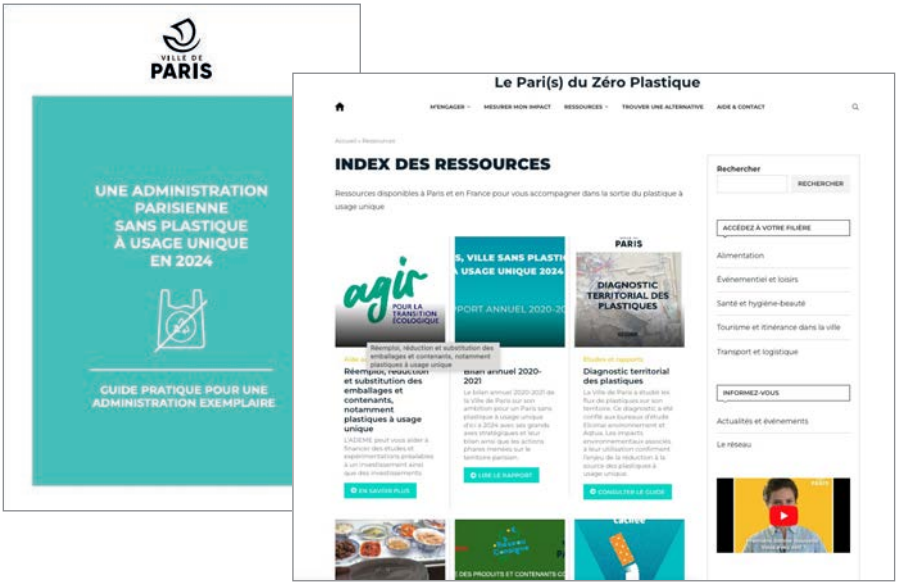
Ressources

Se renseigner sur les solutions

- *Bilans Paris Zéro PUU 2020–2024*
- *Guide de bonnes pratiques pour des villes sans bouteilles en plastique*
- *Guide pour une administration exemplaire*
- *Catalogue des solutions alternatives*
- *Guide territoires zéro pollution plastique* (WWF)
- *Charte des évènements écoresponsables et 8 Guides pratiques* (à destination des organisations d'évènements)
- *3 mesures pour supprimer le plastique à usage unique dans les collectivités locales* (WWF)

S'informer de manière générale

- *ADEME - Déchets : chiffres clés*
- *Paris Zéro Plastique : Site dédié*
- *Ressources : site Paris zéro plastique*



SENSIBILISER ET ACCOMPAGNER

LA SENSIBILISATION COMME LEVIER CENTRAL DE LA SORTIE DU PUU

RETOURS D'EXPÉRIENCES

POINTS DE VIGILANCE

RESSOURCES

2

La sensibilisation comme levier central de la sortie du PUU

La sortie des plastiques à usage unique (PUU) ne repose pas uniquement sur des mesures techniques ou réglementaires. Elle exige une évolution profonde des comportements, tant au niveau individuel que collectif — dans les administrations, les entreprises, les commerces et auprès des citoyens.

Deux approches complémentaires sont essentielles :

1. **Sensibiliser** → pour créer une culture commune
2. **Accompagner** → pour rendre le changement possible



Présentation de la Fondation Tara à l'Académie du Climat

1. Sensibiliser → pour créer une culture commune

Objectif : changer les mentalités, pas juste les gestes

Les freins à l'adoption de pratiques alternatives sont souvent culturels ou psychologiques. Il s'agit de les identifier et de les surmonter par une pédagogie adaptée.

Actions prioritaires

> Déconstruire les idées reçues

- **"Réutiliser, c'est sale" :** *démontrer la sécurité et la praticité du réemploi.*
- **"L'eau du robinet n'est pas potable" :** *rappeler les normes de qualité en vigueur.*
- **"Recyclable = écologique" :** *expliquer les limites du recyclage.*
- **"Biosourcé = non polluant" :** *nuancer les impacts réels de ces matériaux.*

> Définir clairement le périmètre du PUU

Un produit est à usage unique s'il est conçu pour être jeté après une seule utilisation, même s'il est recyclable ou compostable.

> Rendre visibles les impacts

Environnementaux (pollution, émissions), sanitaires (microparticules), économiques (coût de gestion des déchets).

> Créer un effet d'entraînement

Un commerçant engagé influence ses clients ; un agent formé influence ses collègues. La dynamique collective est un levier puissant.

> Favoriser l'adoption durable des alternatives

Réemploi, vrac, réduction à la source. Sans prise de conscience, pas de changement durable.

Sans compréhension, pas de changement. Sans changement, pas de transition.



2. Accompagner → pour rendre le changement possible

Objectif : aider à passer à l'action

La sensibilisation seule ne suffit pas. Elle doit être systématiquement accompagnée d'un soutien opérationnel, permettant aux acteurs de :

> identifier les leviers d'action à leur échelle,

> trouver des solutions concrètes adaptées à leur activité,

> se sentir légitimes et soutenus dans le changement.

Plusieurs **guides de sensibilisation** existent notamment d'acteurs comme *" No plastic in my Sea "*, *M. et Mme Recyclage* pour informer **les particuliers, les entreprises et les collectivités** sur les impacts environnementaux de ces matériaux, et les accompagner dans leur réduction ou leur suppression.

Ils sont souvent publiés par des organismes publics (comme l'ADEME en France), des ONG (ex : WWF, *Zero Waste France, Fondation Tara Océan*) ou des collectivités locales.

Ces guides proposent des **alternatives réutilisables, des bonnes pratiques de consommation, des outils pédagogiques** (affiches, fiches, jeux) et parfois des kits pour les écoles ou les entreprises. Leur objectif est d'encourager une transition vers une économie circulaire en donnant des connaissances pour passer plus facilement à l'action et participer à réduire la pollution plastique.

À Paris, les démarches les plus efficaces ont combiné **information, outillage, formation, animation collective.**



Fresque du plastique.

Retours d'expériences

Comment structurer une démarche de sensibilisation et d'accompagnement

1. Aller au contact des acteurs

- Se rendre disponible pour **écouter les problématiques terrains.**
- Organiser des ateliers de **sensibilisation en immersion**, dans un gymnase par exemple pour prendre en compte les contraintes terrain.
- **Inclure les bénéficiaires** aux sessions de sensibilisation pour impliquer le plus de monde.

Le déplacement permet de donner de la crédibilité dans les actions de sensibilisation et de ne pas être hors sol.

2. Donner des exemples concrets

- Montrer des **pratiques existantes**.
- Cibler **où se situent les PUU** dans le quotidien professionnel.
- Proposer des **alternatives concrètes**.

La sensibilisation par l'exemple permet aux acteurs de se projeter plus facilement et de faire des parallèles avec leur activité.

3. Donner des clés de compréhension simples et partagées

- **Adapter le discours** aux publics et aux secteurs.
- Présenter une **définition claire** du plastique à usage unique.
- Distinguer réemploi, recyclage et substitution matière.
- **Identifier les "faux-amis"**.

Un langage commun permet de limiter les incompréhensions et les interprétations divergentes.

4. Coupler sensibilisation et pratique ludique

- **Rassembler** autour de la Fresque du plastique, utilisée comme outil de compréhension collective des enjeux.
- **Incarner un personnage** de "Émilie in Paris du zéro plastique", conçu pour aborder les situations d'usage de manière concrète et engageante.

- **Animer des ateliers de sensibilisation interactifs** sur des thématiques (cinémas, centres sportif...) avec des quiz pour engager et intéresser davantage.
- Ajouter des dispositifs de type **nudge** dans l'espace public ou lors d'événements.

Une approche ludique facilite l'engagement des participants et actionne la mémoire visuelle et le souvenir de l'expérience vécue.

5. Valoriser les initiatives existantes

- **Cibler les directions et services déjà engagés**, s'appuyer sur des relais internes :
  - référents internes,
  - ambassadeurs volontaires,
  - réseaux d'agents engagés (tête de réseau).
- **Partager les réussites** internes (le guide d'une administration exemplaire).
- Valoriser les expérimentations, **même imparfaites**.

L'accompagnement repose aussi sur l'estime et la valorisation de chacune des actions entreprises. Cette valorisation est un levier d'engagement puissant pour montrer que le changement est possible, et cela quelle que soit l'échelle consacrée.

6. S'inscrire dans le temps long

- **Engager un processus progressif** (ex : prévoir plusieurs ateliers dans l'année pour l'accompagnement dans la durée). La répétition et la régularité sont plus efficaces que les actions ponctuelles. Cela peut passer par :
  - des actions régulières,
  - des rappels fréquents,
  - des supports réutilisables dans le temps.
- Proposer un **accompagnement évolutif** et adaptable aux retours du terrain.

La sensibilisation au plastique à usage unique a un impact dans la durée pour ancrer durablement les changements de pratiques et encourager chaque petite action.



Points de vigilance

Éviter les écueils

1. Une sensibilisation trop descendante

✕ Un discours uniquement institutionnel ou prescriptif peut :

- générer du rejet,
- être perçu comme déconnecté des réalités de terrain.

✓ **Privilégier l'échange, l'écoute et la co-construction → favorise l'adhésion.**

2. L'absence de cohérence entre discours et pratiques

✕ Sensibiliser aux enjeux du PUU tout en maintenant des pratiques incohérentes (bouteilles d'eau, vaisselle jetable, goodies) fragilise fortement la démarche.

✓ **L'exemplarité de l'administration → condition *sine qua non* de la légitimité des messages.**

3. La surcharge d'informations

✕ Multiplier les messages, chiffres et supports peut nuire à leur compréhension.

✓ **Privilégier la simplicité, le visuel, et quelques messages clés → facilite la mémorisation.**

EXEMPLES DE RÉUSSITES STRUCTURANTES

> **Déploiement d'un kit de communication** commun sur la sortie du PUU pour permettre aux acteurs d'appuyer leur engagement et de le communiquer via un discours commun et de manière visuelle.

> **Création et intégration de la formation PUU** et diffusion au sein des équipes de la Ville.

> **Constitution d'une task force** de référents au sein de l'administration.

> **Utilisation de la Fresque du plastiqu**e comme outil de sensibilisation collective, adaptation d'une version locale liée au contexte parisien.

> **Développement du jeu "Émilie in Paris du zéro plastique" pour aborder les situations d'usage :**

- situations quotidiennes personnelles concrètes,
- sous le ton de l'humour en évitant un discours trop théorique ou culpabilisant,
- lien direct entre enjeux globaux et pratiques quotidiennes.

> **Mobilisation de dispositifs de type nudge lors des événements municipaux.**

> **Animation de réseaux internes et externes** autour de la démarche Pari(s) Zéro Plastique.

> **Création d'une Charte des évènements éco-responsables** permettant d'accompagner les acteurs sportifs dans cette démarche.

> **Les Guides pratiques présentés** dans : « Trouver des solutions » sont également des outils de sensibilisation.

Ressources

Ressources Ville de Paris

- *Kit de communication Paris Zéro Plastique*
- *Guide pour une administration exemplaire*
- Guides pratiques par situation et par filière
- Supports de formation PUU
- *Plateforme pariszeroplastique.fr*

Ressources complémentaires

- Retours d'expériences d'autres collectivités / *Guide de bonnes pratiques pour des villes sans bouteilles en plastique*
- *Diagnostic effectué par la ville*

Outils créés et mis à disposition

- *Kit de communication Paris Zéro Plastique*
- *Guide pour une administration exemplaire*
- Formations PUU (présentielles et catalogue RH)
- Fresque du plastique
- Jeu "Émilie in Paris du zéro plastique"

Autres ressources pédagogiques

- *Vidéos de M. et Mme Recyclage*
- Conférences et animation RSE *(No Plastic in My Sea)*
- Pour projets pédagogiques *(Fondation Tara Océan)*
- *Quiz du zéro déchet*


EMILIE IN PARIS
DU ZÉRO PLASTIQUE
DÉPART
QUARTIER VILLETTE
TOUR EIFFEL
PARIS CENTRE
BERGE DE SEINE
QUARTIER GARE DE LYON
PARIS MÊME
EMILIE GOURMA
Peut faire -1 à chaque
Son programme :
QUIZZ
Vrai ou Faux, en France, les vendeurs de boissons ont l'obligation d'adopter une tarification plus basse lorsque la boisson est vendue dans un récipient réutilisable présenté par le consommateur.
1 point
CARTE RÉCEPTIVE
Avec notre établissement, vivez L'EXPÉRIENCE SANS PLASTIQUE À USAGE UNIQUE
RE-USE
ICI on ne jette plus, on loue, on récupère, on up-cycle
« Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme »
#parissansplastique #plasticfreeparis
eau de qualité
VILLE DE PARIS
UNE ADMINISTRATION PARISIENNE SANS PLASTIQUE À USAGE UNIQUE EN 2024
GUIDE PRATIQUE POUR UNE ADMINISTRATION EXEMPLAIRE
Nous participons à l'expérience sans plastique à usage unique
We're taking part in the single-use plastic-free experiment
#parissansplastique #plasticfreeparis
apporte ton contenant
vive le réemploi
RE-USE

CERTIFIER OU LABELLISER

POURQUOI STRUCTURER ET RECONNAÎTRE L'ENGAGEMENT COMME INDISPENSABLE

RETOURS D'EXPÉRIENCES

POINTS DE VIGILANCE

RESSOURCES

3

Pourquoi structurer et reconnaître l'engagement comme indispensable



En France, la lutte contre les plastiques à usage unique est encadrée par la loi AGEC (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), adoptée en 2020, qui fixe un objectif de sortie progressive de ces produits d'ici 2040.

À Paris, la Ville a accéléré ce processus en lançant, en avril 2023, après plusieurs sessions de co-construction avec les entreprises de chaque secteur pour répondre au mieux aux réalités économiques de chaque secteur, la première certification « Zéro plastique à usage unique » destinée aux acteurs économiques (commerces, restaurants, musées, bars, etc.).

Ce dispositif, gratuit et accompagné par le réseau « Le Pari(s) du zéro plastique », permet aux acteurs parisiens de suivre un parcours d'audit pour valider leurs engagements en matière de réduction, réemploi ou substitution des plastiques jetables. Une fois validés, les acteurs sont labellisés « Acteur engagé » par la Ville.

Objectif : aller au-delà de l'action ponctuelle

La certification ou la labellisation ne sont pas des formalités administratives, mais des leviers stratégiques pour :

> **accompagner les acteurs** dans leur transition vers le zéro plastique à usage unique (ZPUU),

> **valoriser les progrès,** même partiels ou en cours,

> **créer un écosystème engagé** où chaque structure peut s'inscrire à son rythme,

> **renforcer la crédibilité de la démarche** en offrant une reconnaissance visible et vérifiable.

Contrairement à une labellisation classique, souvent rigide et centrée sur la conformité, la démarche parisienne repose sur :

> **un engagement volontaire,** avec un référent par structure,

> **une trajectoire progressive,** où chaque étape est reconnue,

> **un suivi personnalisé,** avec accompagnement et feedback constructif.

L'objectif n'est pas de sanctionner, mais de mobiliser, d'accompagner et de valoriser.









Retours d'expériences

Concevoir une démarche de certification ou de labellisation efficace

1. Proposer une trajectoire d'engagement claire et progressive

- Permettre aux acteurs de choisir des **actions réalistes** selon leur contexte.
- Certifier progressivement chaque engagement validé.

Proposer un parcours d'engagement clair permet de maintenir la motivation sur le long terme.

2. S'appuyer sur l'auto-évaluation

- Mettre à disposition des **formulaires d'auto-certification** par filière (tourisme, événementiel, alimentaire, etc.).
- Permettre d'ajouter des **preuves** (textes, photos, chiffres).
- Simplifier le processus pour favoriser l'engagement des structures moins structurées.

Avoir un cadre permet d'avancer progressivement et de valoriser des étapes claires et précises à adapter selon le contexte.

3. Coupler engagement et accompagnement

- Offrir un **suivi personnalisé** (mail, téléphone, visites) pour chaque acteur.
- Transformer la certification en **moment d'échanges et de co-construction.**
- Créer un sentiment d'appartenance à un écosystème partageant les mêmes outils et objectifs.

Pour que la certification et la labellisation aient une véritable valeur de validation, elles doivent s'appuyer sur un accompagnement et un dialogue en amont avec les acteurs.

4. Se rendre disponible pour un audit physique

- Proposer des **audits physiques** pour les structures en difficulté avec le numérique.
- Adapter la démarche aux **réalités opérationnelles** (petites structures, commerces, associations).
- Maintenir un ton **bienveillant et constructif**, pas normatif.

Le contact humain est essentiel pour comprendre les réalités du terrain et aider à la validation des engagements pris.

5. Inscrire la démarche dans une stratégie territoriale globale

- **Relier la démarche** aux grands événements (ex. Jeux Olympiques et Paralympiques 2024) mais aussi aux Plans Climat de la ville.
- Éviter la saturation : veillez à ne pas dupliquer les labels.
- Intégrer la **certification dans les politiques publiques locales** (administration, événementiel, gestion des déchets).
- Faire du label un levier de **mobilisation collective,** pas un simple outil de contrôle.

En s'insérant dans les politiques publiques existantes sans multiplier les labels, cette approche assure une cohérence territoriale qui maximise l'engagement des acteurs et l'impact des actions.



So'6 la saucisse





Mon jardin chocolaté

Points de vigilance

Les limites à anticiper

1. Une démarche trop complexe ou trop contraignante

✗ Éviter les critères trop nombreux, techniques ou inadaptés au terrain.

✓ **Privilégier la simplicité et la flexibilité pour ne pas décourager les petits acteurs.**

✓ **Reconnaître chaque effort, même partiel, pour encourager la progression.**

2. Le risque de "greenwashing institutionnel"

✗ Une certification sans suivi ni exigence minimale perd toute crédibilité.

✓ **Mettre en place un accompagnement régulier et des retours concrets.**

✓ **Exiger des preuves d'actions réelles, pas seulement des déclarations.**

3. L'absence de reconnaissance concrète

✗ Sans visibilité, la certification perd son pouvoir d'incitation.

✓ **Valoriser publiquement les acteurs certifiés (sur les réseaux, dans les bilans, lors d'événements).**

✓ **Offrir des outils de communication (logos, supports, mentions) pour qu'ils puissent diffuser leur engagement.**

4. La déconnexion des réalités opérationnelles

✗ La certification permet de valider des étapes, ces étapes non cohérentes avec les réalités terrain peuvent entraîner de la frustration et démotivation.

✓ **Co-construire les critères avec les acteurs du terrain.**

✓ **Adapter les outils aux contraintes réelles (temps, budget, personnel).**

EXEMPLES DE RÉUSSITES STRUCTURANTES

> **Création et animation du réseau Paris(s) du Zéro Plastique.**
> Objectifs du réseau : rassembler et impliquer les acteurs parisiens.
> **Plus de 150 structures signataires.**
> La certification comme levier de mobilisation, pas comme sanction.
> Mise en place de **démarches d'engagement volontaire** pour les acteurs du territoire.
> Développement d'outils d'auto-certification simples et accessibles.
> **Valorisation des acteurs engagés** dans les bilans et communications officielles.
> Contribution directe de ces démarches à l'objectif d'accueil des Jeux sans plastique à usage unique.

Ressources

Ressources Ville de Paris

> *Bilans Paris Zéro PUU 2020–2024*
> Réseau Paris(s) du Zéro Plastique
> Plateforme pariszeroplastique.fr
> Guides pratiques et retours d'expériences

Ressources complémentaires

> ADEME – démarches territoriales de prévention des déchets
> Retours d'expériences d'autres collectivités

Outils créés et mis à disposition

> Plan d'engagement
> Formulaire d'auto-certification
> Réseau Paris(s) du Zéro Plastique
> Supports de valorisation des acteurs engagés

MESURER

POURQUOI MESURER EST INDISPENSABLE MAIS DOIT RESTER PROPORTIONNÉ

RETOURS D'EXPÉRIENCES

POINTS DE VIGILANCE

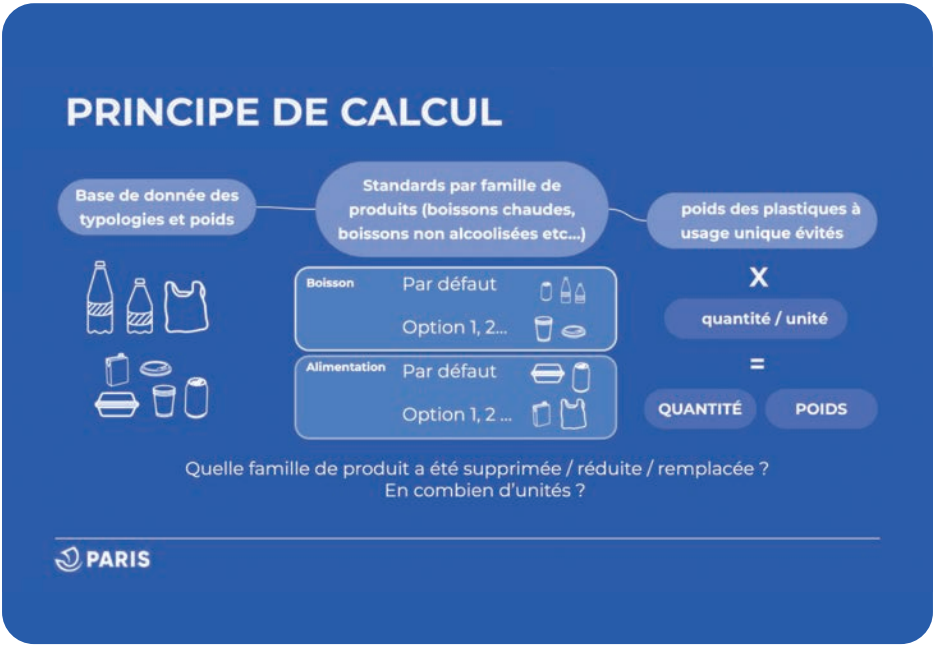
RESSOURCES

4

Pourquoi mesurer est indispensable mais doit rester proportionné

Mesurer, c'est d'abord agir avec clarté pour éclairer, prioriser et mobiliser. Dans une démarche zéro plastique à usage unique, la mesure permet de déterminer l'ampleur du problème, de visualiser l'impact des actions et de comparer les progrès dans le temps. Elle ne sert pas à tout quantifier parfaitement, mais à donner du sens aux efforts et à orienter les décisions.

Les plastiques ciblés sont regroupés dans trois grandes familles : boisson, alimentation et autres services. Ces plastiques sont ensuite classés selon leur typologie de produits (canette, bouteille, gobelet…), puis ordonnés selon leur contenance (25cl, 50cl, 1L…). Pour chacun de ces produits, nous avons l'information principale, le poids, ainsi que la marque du produit afin de lister les différentes références disponibles sur le marché.



COMMENT MESURER ET UTILISER LES BONS INDICATEURS ?

Pour suivre la démarche, il est intéressant de se baser sur des mesures et indicateurs. Il existe plusieurs manières de mesurer et aucun indicateur n'est parfait. Il est difficile de mesurer les PUU évités et cela n'est pas toujours pertinent. L'outil de mesure, créé par la Ville de Paris est un outil, loin d'être parfait mais une très bonne base pour aborder les impacts des PUU évités.

Conçu pour permettre à tout le monde d'estimer le poids et les unités de plastiques évités ainsi que leurs équivalences, grâce aux alternatives mises en place : suppression, réduction, réemploi et autres formats. La démarche se veut déclarative et anonyme.

> **La mesure en poids** (kg/tonne) permet de quantifier l'impact environnemental global (ex. : le poids du plastique évité).
→ *Utile pour les bilans réglementaires ou les rapports RSE.*

> **La mesure en unités** (ex. : 500 gobelets, 200 sacs) :
→ *Le réemploi d'écocup permet d'éviter énormément de gobelets jetables*
→ *Facilite la sensibilisation et la comparaison entre produits (ex. : 1 sac en plastique = 10 g, mais 1000 sacs = 10 kg → impact visuel fort).*

À partir de ces mesures, il sera facile d'estimer et de valoriser les indicateurs suivants :

- le nombre d'emballages sans plastique à usage unique évités,
- le poids de plastique évité par les boissons, les repas / snacks et autres services proposés par un hôtel (produit d'hygiène à usage unique),
- le volume de déchets total évité.

Il est important de prendre en compte ces deux mesures pour avoir une vision complète de l'impact d'une action. Le chiffre ne sera pas impressionnant en poids si on parle de gobelets plastiques mais en unités.

Pour se rendre compte de l'impact de la démarche, le nombre de bénéficiaires touchés est un autre chiffre intéressant à prendre en compte. Il s'agit des personnes ayant utilisé les alternatives puisque cela entre également dans le nombre de personnes sensibilisées ou le nombre de personnes qui ont évité le PUU.

Sur le premier 10km sur route, 650 000 coureurs ont bénéficié du dispositif de gobelets réemployables mis à disposition, ce qui a permis d'éviter plus de 650 000 bouteilles plastiques à usage unique.

Retours d'expériences

Mesurer efficacement sans se perdre dans la donnée

1. Mesurer dans une temporalité donnée

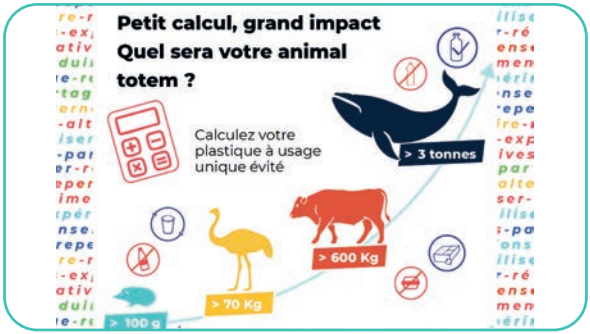
- **Déterminer la temporalité de l'analyse :** définir si la mesure porte sur une action ponctuelle (un événement spécifique) ou sur un suivi annuel récurrent.
- **Identifier le périmètre de l'action :** préciser si l'économie générée provient d'une prestation de service (ex : recours à un prestataire pour de la vaisselle lavable lors d'un rassemblement) ou d'un changement d'équipement durable.
- **Cibler les sources de réduction :** définir s'il s'agit d'une offre de boisson, alimentaire ou autre service.

Répondre à ces différents éléments permet de cadrer la mesure et de rendre visibles à sa direction des actions mises en place via la démarche pour arbitrer ou convaincre.

2. Utiliser des moyens de comparaison ludique

- **Transformer des chiffres abstraits en un visuel** parlant et facile à communiquer pour marquer les esprits.
- **Visualiser l'évolution des résultat**s pour inciter les équipes à viser une catégorie de poids (ou un animal) plus importante.
- **Créer un lien affectif et symbolique** avec la biodiversité pour rendre les objectifs de réduction plus concrets et motivants.





L'aspect ludique renforce l'engagement et tel un serious game, donne envie de passer au niveau supérieur.

3. Créer un outil de calcul simplifié pour l'empreinte des plastiques évités

- **Prioriser les flux majeurs :** focaliser l'analyse sur trois catégories clés (boissons, alimentation, services et hygiène) pour une vision claire de l'impact.
- **Faciliter la collecte de données :** utiliser vos documents existants (factures, suivis d'achats, décomptes) pour recenser les alternatives déployées par rapport aux volumes de l'année précédente.
- **Suivre l'impact en temps réel :** visualiser l'évolution de la réduction (en kg) au fur et à mesure de la saisie, avant d'accéder à la synthèse finale.

L'objectif n'est pas l'exactitude absolue, mais l'estimation. Le poids en kg s'affiche au fur et à mesure que l'on ajoute ses données. La synthèse arrive en fin de formulaire.

4. Transformer la mesure en levier de décision et de communication

- **Valoriser les résultats concrets** (suppression de goodies, arrêt des canettes, passage au réemploi) par des données précises et vérifiables.
- **Anticiper l'impact des futurs projets** en utilisant les indicateurs pour simuler des scénarios de réduction et projeter les bénéfices en amont de la mise en oeuvre.
- Mettre en évidence la masse réelle des déchets évités permet de **justifier l'abandon de certains produits** auprès des partenaires.

La mesure de l'impact permet ainsi de transformer une contrainte technique en un outil de conviction au service d'une stratégie « zéro plastique » pérenne.

Points de vigilance

Les erreurs à éviter

1. Attendre la donnée parfaite avant d'agir

✗ La recherche d'une donnée exhaustive demande un temps et des ressources qui retardent la mise en œuvre opérationnelle des solutions.

✓ **Agir dès maintenant : même incomplètes et imparfaites, les données permettent d'avancer, d'apprendre et de mesurer les efforts collectifs.**

2. Multiplier les indicateurs sans lisibilité

✗ Trop d'indicateurs peuvent brouiller les messages, décourager les équipes et rendre la lecture des résultats difficile.

✓ **Choisir des indicateurs clés : peu mais mieux. Ils seront toujours plus efficaces qu'un tableau de bord complexe.**

3. Réduire la démarche à une simple exercice de reporting

✗ Le manque d'ancrage stratégique transforme souvent l'engagement environnemental en une procédure bureaucratique vide de sens, décourageant ainsi les acteurs de terrain.

✓ **Penser la mesure comme un véritable levier d'action, permettant de déclencher des avancées concrètes mais aussi de décider, d'arbitrer et d'assumer ses choix.**

EXEMPLES DE RÉUSSITES STRUCTURANTES

> Réalisation d'un outil intuitif et simple d'usage, accessible à tous. Il s'agit de la première calculette de plastique évité.

- Cet outil fait prendre conscience de l'impact de ses pratiques et permet d'identifier la quantité et poids de plastique évité.
- Cet outil donne des chiffres qui permettent de se distinguer.

> L**e partage volontaire d'informations** permet de consolider des données chiffrées sur le déploiement des fontaines à eau et de quantifier ainsi les progrès réalisés en matière d'accès à l'eau.

> Les résultats servent à la Ville pour communiquer sur leurs actions en indiquant la quantité de plastique évitée.

Ressources

Outils créés et mis à disposition

- *Calculette zéro plastique à usage unique*

Ressources Ville de Paris

- *Bilans Paris Zéro PUU 2020–2024*
- *Diagnostics des flux plastiques*
- *Plateforme pariszeroplastique.fr* - *mesurer mon impact*

Ressources complémentaires

- ADEME - *outils d'aide à la quantification des déchets*
- Retours d'expériences d'autres collectivités

VALORISER LES ACTEURS ENGAGÉS ET COMMUNIQUER

POURQUOI VALORISER ET COMMUNIQUER EST INDISPENSABLE

RETOURS D'EXPÉRIENCES

POINTS DE VIGILANCE

RESSOURCES

5

Pourquoi valoriser et communiquer est indispensable

La valorisation et la communication ne sont pas un simple outil de promotion, mais un levier stratégique pour atteindre l'ambition zéro plastique à usage unique (PUU) de la Ville de Paris.
La valorisation permet de mettre en lumière des établissements qui proposent un parcours client / usager unique.

Elle s'adresse à deux niveaux :

- **la Ville de Paris** qui communique sur l'avancée collective (nombre de signataires, certifications, bilans, événements) pour montrer la dynamique territoriale et inspirer d'autres villes ou acteurs,
- **les acteurs engagés** qui communiquent vers leurs client·es, usagers, partenaires pour valoriser leurs actions, renforcer leur légitimité, mobiliser leurs équipes et créer un effet d'entraînement.

Objectif : aller au-delà de l'action ponctuelle

La communication doit être un **amplificateur de l'action, non un substitut.**

Elle permet de :

- créer un **effet d'entraînement** : montrer que la sortie du PUU est possible et inciter d'autres acteurs à suivre,
- **renforcer la crédibilité** et la légitimité : une communication transparente et vérifiable construit la confiance,
- **mobiliser** les équipes internes : créer un sentiment d'appartenance à un projet collectif,
- **rendre visible l'ambition de la Ville** : démontrer qu'elle n'est pas seule, mais qu'elle fédère un écosystème d'acteurs engagés.

Une communication basée sur les preuves, les gestes concrets et les bénéfices réelsponctuelle

> Les acteurs communiquent leurs avancées sur des **actions vérifiables**, avec des chiffres, photos, témoignages.

> La communication ne doit pas se limiter aux grandes actions : les **petits gestes** (ex : installation d'un cendrier, gobelets réutilisables) méritent d'être valorisés. La campagne "Be parisian drink tap water" est un bel exemple.

> Les **réseaux sociaux** et les plateformes numériques sont des leviers puissants pour créer une communauté et encourager la réplication.

> Les client·es/usagers peuvent devenir **ambassadeurs** : récompenses, réductions, reconnaissance pour leur participation.

Retours d'expériences

Concevoir une communication efficace et cohérente

1. Utiliser des visuels et messages clairs, adaptés à chaque public

> **Diffuser un kit de communication** avec des messages impactants, des visuels prêts à l'emploi mais aussi une base de données et des chiffres clés.

> **Faire afficher le certificat** dès réception.

> **Utiliser les stickers existants** comme "Rapportez-moi pour réemploi" pour identifier les emballages réutilisables.

La création d'un kit de communication commun permet d'uniformiser les messages et aide les client·es ou usagers à se repérer et à identifier la démarche. Cela donne aussi des arguments pour tous les acteurs vis-à-vis de la démarche.

2. Se concentrer sur les gestes réalisés, avec des chiffres concrets

> **Diffuser des verbatims** mettant en avant des chiffres : "Nous avons supprimé 23 400 petits flacons de toilette en un an" / "Nous avons installé 5 fontaines à eau sur notre site" / "Nous utilisons désormais des gobelets réutilisables pour 100 % de nos événements"

- **Communiquer le nombre de signataires** (plus de 150 structures signataires) et de certifications délivrées lors d'événements ou de bilans annuels que ce soit en interne ou externe.

L'utilisation d'exemples concrets permet aux acteurs de mieux comprendre la démarche et de se projeter sur la faisabilité des actions à leur propre échelle.

3. Valoriser par l'exemple

- Mettre en lumière les acteurs exemplaires en **publiant leurs chartes** environnementales et le détail de leurs actions de terrain.
- Valorise les acteurs sur **différents canaux de communication :** dans les bilans officiels de la Ville, conférences, webinaires et annuaires en ligne (plus de 400 organisations référencées).
- Organiser des **parcours commentés** pour permettre à des fédérations de se rendre compte de ce qui se fait sur le territoire.

La valorisation par l'exemple, qu'elle soit digitale ou physique, permet de légitimer les actions entreprises et de donner une visibilité concrète aux structures engagées dans la stratégie territoriale.

4. Adapter le message au public cible

- **Modifier son discours selon la cible**. Pour les touristes : mettre en avant l'expérience "zéro plastique" et les lieux emblématiques propres.
- **Communiquer une carte** : l'annuaire grand public pour visualiser les acteurs engagés sur différents critères.
- Pour les **partenaires professionnels** : mettre en avant les avantages économiques et l'**alignement sur les réglementations**.

Chaque cible sera plus ou moins sensible à un message clé. Pour toucher le plus de monde, il est important de modifier son discours selon sa cible.

5. Utiliser les réseaux sociaux et les outils numériques

- **Utiliser le kit de communication** pour diffuser des visuels sur les réseaux sociaux.
- **Utiliser des campagnes comme "Ici, je choisis l'eau de Paris"** ou "FreeTaps" (application référençant les points d'eau potable) pour guider et sensibiliser.

En s'insérant dans les politiques publiques existantes sans multiplier les labels, cette approche assure une cohérence territoriale qui maximise l'engagement des acteurs et l'impact des actions.

Points de vigilance

Ce qui peut fragiliser la démarche

1. Éviter le “greenwashing”

- ⊗ Sur-communiquer sans données concrètes et vérifiables (photos, témoignages, chiffres) rend l’action peu fiable.
- ⊗ Exagérer les actions engagées et masquer les difficultés décrédibilise la démarche.

✓ **Privilégier une communication transparente et sincère : communiquer sur les faits et pas sur la promesse de perfection.**

2. Ne pas tout miser sur la communication

- ⊗ L’action ne doit pas passer après la communication : les client·es sont de plus en plus avertis et décèlent les **discours vides**.

✓ **Mettre l’accent sur les actions concrètes réalisées et les résultats mesurables une fois accomplis.**

3. L’oubli des petits gestes

- ⊗ Ne pas tout miser sur les actions “coup de poing”.

✓ **Valoriser les actions simples mais effectives (ex : l’installation d’un cendrier, gobelets réutilisables) car elles traduisent une dynamique globale.**

4. Éviter les idées

- ⊗ Généraliser les méfaits du plastique en le présentant de manière binaire “bon/mauvais”, et simplifier à l’excès des enjeux complexes risquent de diffuser des messages trompeurs.

✓ **Distinguer le plastique en général (nécessaire dans certains secteurs, comme la santé) du plastique à usage unique.**

✓ **Expliquer et redéfinir les termes au besoin (voir « Trouver des solutions »).**

5. S'éloigner de la communication stratégique territoriale

- ✕ Créer des contenus divergents entre services ou partenaires non alignés avec la stratégie territoriale nuit à la communication.
- ✕ Ignorer les temps forts officiels ou les cadres de communication existants (ex. événements majeurs, campagnes institutionnelles).

✓ **Inscrire la communication de la Ville dans une ambition globale (ex : Jeux Olympiques et Paralympiques 2024) et fournir aux acteurs des cadres, outils et messages communs pour aligner leurs prises de parole et renforcer la cohérence d'ensemble.**

EXEMPLES DE RÉUSSITES STRUCTURANTES

> Toute l'ambition zéro PUU portée par la DTEC au sein de la Ville de Paris, a permis d'engager un grand nombre d'acteurs sur l'initiative **"zéro bouteille"** et ainsi communiquer des chiffres.

- Plus de 1 200 fontaines sont référencées sur FreeTaps.
- Les fontaines à eau et la communication ont permis une généralisation des gourdes acceptées avec accès à l'eau du robinet.

> L'accueil des **Jeux Olympiques et Paralympiques** sur 11 sites sans bouteilles plastiques a été un succès grâce aux fontaines à eau et de boissons installées dans la ville.

> Lors des Jeux Olympiques et Paralympiques, la Ville de Paris proposait des visites guidées de lieux engagés.

> Création de **l'annuaire grand public** accessible en ligne à tout le monde.

> L'application "FreeTaps" et "Ici, je choisis l'eau de Paris" référencent les points d'eau potable à Paris. Cette démarche valorise les lieux qui ont installé des fontaines et guide les citoyens et touristes vers des alternatives au plastique.

> La Ville a réussi à fédérer les acteurs par filière.

> Les visites guidées ont mis en lumière des acteurs tels que : l'hôtel Louison, certifié Ecolabel Européen, publie une charte environnementale détaillée sur son site, expliquant ses actions dans l'énergie, l'eau, les déchets, les achats.

Ressources

Ressources Ville de Paris

- *Annuaire des acteurs engagés*
- *Annuaire grand public*
- *Kit de communication Paris Zéro Plastique :* conseils, exemples, outils pour créer ses propres supports (affiches, visuels, messages).
- *Calculette zéro plastique à usage unique :* permet d'estimer les gains financiers et environnementaux, outil de communication.
- *Charte des événements éco-responsables :* définit les engagements pour les événements organisés à Paris, outil de communication pour les organisateurs.
- *Conférences et événements :* webinaires, conférences pour partager bonnes pratiques, réussites, défis
  → valorisation des acteurs engagés.

Ressources complémentaires

- **Réseau** *"Drastic On Plastic"* : accompagne les festivals vers la réduction du plastique jetable
  → outils et conseils pour communiquer sur les actions menées.
- **ADEME** – *démarches territoriales de prévention des déchets : retours d'expériences, guides, outils.*

Outils créés et mis à disposition

- *Annuaire des acteurs engagés*
- *Kit de communication Paris Zéro Plastique*
- *Calculette zéro plastique à usage unique*
- **Pictogramme** *"Rapportez-moi pour réemploi"*
- **Campagne** *"Ici, je choisis l'eau de Paris"*
- *Charte des événements éco-responsables*
- **Application** *"FreeTaps"*

POUR ALLER PLUS LOIN : ÉCOSYSTÈME ET RESSOURCES

PROBLÉMATIQUES

RÉCAPITULATIF DES RESSOURCES

6

Problématiques

COMPRENDRE L'URGENCE ET LES ENJEUX GLOBAUX

Objectif : consolider ses connaissances scientifiques et législatives pour mieux argumenter la démarche.

> Experts référents
Antidia Citores (Surfrider Foundation Europe) : Spécialiste du droit de l'environnement et du plaidoyer européen.

Jean-François Ghiglione : chercheur au CNRS, expert mondial de la «plastisphère» (vie bactérienne sur le plastique).

> Conférence récurrente
Le Sommet de l'Océan (One Ocean Summit) ou les conférences de la Fondation Tara Océan qui vulgarisent les rapports scientifiques sur la pollution plastique.

> Lieux inspirants
L'Académie du Climat : lieu de mobilisation et de pédagogie de la Ville de Paris, accessible à tout public.

> Ressource clé
Le rapport annuel de l'ONG Break Free From Plastic, qui répertorie les plus gros pollueurs mondiaux et les avancées législatives.

> Outil
La fresque du plastique.

SORTIR DU JETABLE ET STRUCTURER LE RÉEMPLOI

Objectif : consolider ses connaissances scientifiques et législatives pour mieux argumenter la démarche.

> Experts référents

Flore Berlingen : auteure et experte en économie circulaire, spécialiste de la critique du recyclage. → Ouvrage : « Recyclage, le grand enfumage : comment l'économie circulaire est devenue l'alibi du jetable » (Éditions Rue de l'Échiquier, 2020).

Célia Rennesson (Réseau Vrac & Réemploi) : figure centrale pour la transition des commerces vers la vente sans emballage et la consigne.

> Conférence récurrente

Reuse expo : salon professionel dédié aux solutions de réemploi et de réutilisantion réunissant les acteurs clés de la transition.

> Lieux inspirants

La Maison du Zéro Déchet (Paris) : un lieu ressource proposant des ateliers, une boutique et des conférences pour les professionnels et particuliers.

Le Bio-Vrac : commerces précurseurs illustrant la logistique du « zéro déchet » à l'échelle d'un quartier.

> Collectif actif

Le collectif IMPEC : est regroupement d'acteurs de la consigne en France et à l'international dont l'objectif est de promouvoir et développer le réemploi afin de faciliter le passage vers le zéro déchet.

Collectif « Objectif Zéro Plastique » : Un réseau d'entreprises qui partagent un catalogue de fournisseurs d'alternatives (contenant inox, verre, fibres végétales).

> Ressource clé

Plateforme «Solutions» de l'ADEME : accessible via le portail *«Agir pour la transition"*, elle propose des fiches techniques sur les alternatives au plastique selon les secteurs (restauration, emballage, événementiel).

Écolabel Européen : la référence pour les services d'hébergement touristique et les produits de nettoyage. Géré par l'AFNOR en France, c'est le seul label écologique officiel utilisable dans toute l'UE.

Label « Ocean Friendly Restaurants » (Surfrider) : spécifiquement conçu pour les restaurants supprimant les plastiques à usage unique et privilégiant la pêche durable. La charte comporte 9 critères obligatoires, dont l'absence totale de contenants à usage unique pour la consommation sur place.

TRANSFORMER L'ÉVÉNEMENTIEL ET LA NUIT

Objectif : gérer de grands flux de personnes sans générer de montagnes de déchets.

> Experts référents
Camille Guitteau & l'artiste Blondish (fondatrices de l'association Bye Bye Plastic) : accompagnement des clubs et festivals vers la fin du plastique.

> Lieux inspirants
La Machine du Moulin Rouge : club pionnier dans la suppression des bouteilles d'eau en plastique.
L'Académie du Climat (Paris) : un lieu d'expérimentation pour des événements zéro déchet et une alimentation durable.

> Collectif actif
Club Zéro Plastique, le mouvement né de la mobilisation des lieux de nuit.
Ekhoscènes : avec leur projet MATRICE se penche davantage sur le sujet de la décarbonation et accompagne ses adhérents dans leurs mutations, notamment sur les enjeux de développement durable, pour rendre les événements culturels plus responsables.

MOBILISER LES USAGERS ET CHANGER LES NORMES SOCIALES

Objectif : faire de la gourde et de l'eau du robinet un nouveau standard culturel.

> Experts référents
Nellie Pons : auteure sensibilisant sur l'impact sociétal de notre consommation plastique. → Essai : « Océans de plastique » (Collection Domaine du Possible, Actes Sud, 2020).
Matthieu Witvoet : éco-aventurier qui utilise le défi sportif pour promouvoir la sobriété plastique. En 2017, il a fait un tour du monde à vélo de 18 000 kms pour aller à la rencontre de solutions face aux déchets plastiques.

> Conférence récurrente
PRODURABLE, le salon des acteurs de l'économie durable, pour découvrir les dernières campagnes de sensibilisation

> Outils & réseaux
L'application FreeTaps : pour localiser les points d'eau partout en France.
Campagne « Ici je choisis l'eau de Paris » : 1 200 commerçants engagés.
L'annuaire des établissements zéro plastique à usage unique : accessible depuis le site pariszeroplastique.fr sur les enjeux de développement durable, pour rendre les événements culturels plus responsables.

RÉCAPITULATIF DES RESSOURCES

Outils internes à la Ville

- **Guide d'une administration exemplaire**
  Pour structurer les pratiques internes.
- **Bilans Paris Zéro PUU 2020–2024**
  Suivi des résultats de la démarche parisienne.
- **Supports de formation PUU**
  Matériel pédagogique pour les agents (présentiels et catalogue RH).
- **Plan d'engagement**
  Pour formaliser l'implication des services et partenaires.
- **Réseau Paris(s) du Zéro Plastique :**
  Structure de coopération et supports de valorisation des acteurs engagés.

Outils créés et mis à disposition par la Ville

- **Plateforme pariszeroplastique.fr**
- **Formulaire d'auto-certification**
  Permettant à chaque acteur du réseau de se certifier
- **Calculette zéro plastique à usage unique**
  Outil d'estimation des gains financiers et environnementaux (poids de plastique évité).
- **Kit de communication Paris Zéro Plastique**
  Conseils, exemples, affiches et visuels pour créer ses propres supports.
- **Annuaire des acteurs engagés**
  Répertoire destiné aux professionnels et au grand public.
- **Guides pratiques par situation et par filière**
  Incluant le catalogue des solutions alternatives et le guide pour des villes sans bouteilles.
- **Charte des événements éco-responsables**
  Engagements et 8 guides pratiques pour l'organisation d'événements à Paris.
- **Jeu Emilie in Paris du zéro plastique**
  Jeu immersif dans la ville pour partir à la rencontre d'acteurs existants. Outil ludique et de sensibilisation.

Ressources complémentaires

Photo by reuse expo

- **ADEME**
  Chiffres clés sur les déchets, outils de quantification et guides sur les démarches territoriales de prévention.
- **WWF**
  Guide territoires zéro pollution plastique et «3 mesures pour supprimer le plastique dans les collectivités locales».
- **Réseau « Drastic On Plastic »**
  Accompagnement spécifique pour les festivals et l'événementiel.
- **Retours d'expériences d'autres collectivités**
  Partage de bonnes pratiques hors Paris.
- **Conférences et webinaires**
  Temps d'échanges pour partager réussites et défis.

Autres ressources pédagogiques

- **Fresque du plastique**
  Atelier d'intelligence collective sur le cycle de vie du plastique.
- **Quiz du zéro déchet**
  Pour tester les connaissances de manière interactive.
- **Vidéos de M. et Mme Recyclage**
  Contenus de vulgarisation sur le tri et le recyclage.
- **Fondation Tara Océan**
  Ressources scientifiques pour les projets pédagogiques liés à la pollution marine.
- **No Plastic in My Sea**
  Conférences et animations RSE.



Direction de la Transition Écologique et du Climat
Service de l'Engagement du Territoire et des Partenariats