

# Le nudge, un coup de pouce pour la planète

**INCITATION** Entreprises et collectivités locales se convertissent aux nudges pour influencer les comportements

**L**e nudge, qu'on pourrait traduire en français par « coup de pouce », un concept inventé par le juriste et philosophe Cass Sunstein et l'économiste Richard Thaler (Prix Nobel d'économie), part de l'idée que les comportements civiques découlent plus facilement des incitations que de la contrainte, de la culpabilisation ou la menace de sanctions. Les nudges s'appuient souvent sur la propension naturelle de tout un chacun à respecter la norme ou l'usage d'un lieu, ce qui amène à valoriser des comportements vertueux majoritaires. Par exemple, la mention « 80 % des personnes qui ont piqué-niqué sur cette pelouse n'ont laissé aucun déchet derrière eux. Et vous ? » implique que s'en écarter revient à se « marginaliser ». Ce qui pourrait se payer d'un regard courroucé, voire d'une apostrophe d'autres pique-niqueurs fâchés de voir la pelouse salie... En mode ludique, la statistique peut même se fabriquer en impliquant les « nudgés » : visibles dans plusieurs métropoles européennes, des cendriers installés devant des bars ou des lieux culturels proposent de répondre à une question humoristique (« Qui est arrivé le premier, la poule ou l'œuf ? »), éventuellement s'appuyant sur le « localisme » (« Vous êtes plutôt Laval rive droite ou rive gauche ? »). Les fumeurs y répondent en jetant leur mégot d'un côté ou de l'autre d'un bac transparent divisé en deux. Quel que soit le dispositif, le cheminement demeure identique : le nudge se fonde sur « l'analyse des biais cognitifs et des leviers pour inciter au comporte-



Message de prévention au Croisic (Loire-Atlantique). VALÉRIE QUEMENER/ COLLECTIF DR

ment adéquat », résume Sébastien Méricout, fondateur de l'agence Planète Nudge. Certes, cette addition de petits gestes ne suffira pas à elle seule à résoudre les défis environnementaux mais ils n'en sont pas moins nécessaires. Et la technique intéresse autant le secteur public que le privé car elle génère de bons résultats pour un coût raisonnable. En 2018, la mairie de Paris a mené avec Plastic Omnium dans plusieurs quartiers une étude évaluant l'impact des nudges sur l'usage des poubelles de rue. Des dessins de gros mégots jetés au sol flanqués de la phrase « Chez vous aussi ? » ou des messages du type « Trois quarts des citoyens utilisent les corbeilles » et peints au pied de ces dernières interpellaient les passants. Sur les zones concernées, les comportements inappropriés ont alors diminué presque de moitié. Le nudge

**Ils s'appuient sur la propension naturelle de tout un chacun à respecter l'usage d'un lieu**

se décline aussi en tenant compte des problématiques locales : dans les stations balnéaires, des bouches d'égout parfois utilisées comme poubelles par des passants indisciplinés affichent le message « La mer commence ici ». Histoire de rappeler que ce qui est jeté là part directement dans l'océan... Au-delà des collectivités locales, les nudges intéressent aussi les entreprises. Pour améliorer la

propreté et la qualité du tri des déchets sur les aires d'autoroutes qu'il exploite, le concessionnaire Vinci teste depuis l'an dernier un dispositif qui s'inscrit dans un contexte peu favorable : 28 % des automobilistes admettent en effet jeter des déchets par la fenêtre quand ils roulent sur autoroute, selon un sondage Ipsos. En outre, les consignes de tri varient d'un territoire à l'autre. « Cela requiert à chaque fois un apprentissage, alors même qu'il y a une aversion à l'effort sur ce sujet trivial », indique Sébastien Méricout, dont l'agence a conçu le dispositif. Nous avons donc cherché à faciliter la tâche des usagers. » Sur les aires testées, une signalétique sur les consignes de tri a été apposée sur les tables et au sol sur les voies de passage afin de sensibiliser les usagers en amont. Car un consommateur qui a déjà mis tous ses déchets dans le même sac avant d'approcher des

conteneurs rechignera souvent à les ressortir pour les trier. Ensuite, les conteneurs ont été habillés pour les rendre plus visibles. Résultat ? sur les deux aires de test, 84 % des déchets de la poubelle jaune destinée au recyclable sont désormais conformes à la consigne, contre 60 % en 2018 avant leur mise en place. Vinci Autoroutes compte étendre le dispositif à une vingtaine d'aires. De son côté, la RATP, qui a « nudgé » les lignes des RER A et B en apposant à bord des affichettes rappelant que les déchets se jettent dans les poubelles à quai (et pas sur ou sous les sièges !), a enregistré une réduction de 45 % de leur nombre dans les rames concernées. « Rarement des résultats similaires ont été observés sur de tels dispositifs en France », se félicite-t-on à la RATP. ●

FRÉDÉRIC BRILLET

## Logistique : le défi du dernier kilomètre

**FLOTTE** Des solutions se dessinent pour assurer une livraison propre des marchandises en milieu urbain

Bientôt finie, la pollution de l'air et sonore causée par Uber Eats, Deliveroo et consorts dont une bonne partie des livraisons se fait en scooter thermique ? Dans le sillage de la loi climat et rési-

lience de 2021, un décret publié en avril dernier impose aux grandes plateformes de livraison de verdir progressivement leur flotte jusqu'à parvenir à 100 % de véhicules non-émetteurs de CO<sub>2</sub> en 2030 et d'informer leurs clients du moyen de transport utilisé. Anticipant de nouvelles exigences des pouvoirs publics, des consommateurs et des citoyens, des entre-

prises impliquées dans la livraison prennent les devants. Domino's Pizza compte ainsi achever dès cette année l'équipement de 100 % de son réseau de franchisés en vélos et scooters électriques.

**L'électrification des véhicules** Les livraisons de repas ne constituent pourtant qu'une petite part du défi plus vaste du verdisse-

ment de la logistique urbaine, « qui pèse 15 % à 20 % du trafic en véhicules-kilomètres dans les grandes agglomérations et a beaucoup augmenté avec l'e-commerce », rappelle Laetitia Dablan, de l'université Gustave-Eiffel. Selon la chercheuse en logistique urbaine, la solution passe par l'électrification des flottes de véhicules (dont 90 % sont encore

à motorisation thermique) et par la création de petites bases logistiques au cœur des villes : les marchandises ne feront qu'y transiter avant d'atteindre leur destination finale par des véhicules légers. Les camions qui approvisionneront ces bases seront quant à eux plus gros, mais moins nombreux et moins polluants. ● **F.B.**



À Caen  
(Normandie).  
DUKAS/  
UIG VIA GETTY



# La mobilité urbaine en marche vers la durabilité

**VERDISSEMENT** Une priorité en ville car le changement climatique et les émissions de particules fines affectent plus gravement ces zones

impasse, des collectivités locales en partenariat avec des opérateurs de transport développent le transport à la demande (TAD), accessible depuis des applications dévolues sur smartphone qui en facilitent grandement l'utilisation. Ainsi RésaTAO, qui dessert en TAD quatre zones périurbaines du territoire d'Orléans Métropole, espère transporter 250 000 passagers en 2022, contre plus de 100 000 l'année précédente, avec une flotte de minibus en voie d'électrification. Si les algorithmes permettent déjà d'optimiser les itinéraires en fonction de la demande, les opérateurs planchent sur l'étape suivante, à savoir le TAD avec des véhicules autonomes sans conducteur pour en réduire le coût. Les Transports publics genevois expérimentent ce système sur un site hospitalier, mais il faudra attendre un bon moment avant que ce genre de véhicule ne circule dans les rues de nos villes.

**La loi impose une proportion de 50 % de véhicules à faibles émissions et 100 % dès 2025**

La technologie joue un rôle clé au-delà même du TAD. Ainsi, dans une perspective de *smart city* (« ville intelligente »), Flowly suit les flux de voyageurs dans les bus et les tramways grâce aux smartphones connectés. « En adaptant mieux l'offre à la demande, on rationalise le kilométrage parcouru, on améliore le confort de voyageurs et l'attractivité des transports publics, ce qui est bon pour l'environnement », résume Julien Tenenbaum, fondateur de la start-up. L'agglomération de Mulhouse mise pour sa part sur le compte mobilité, une application multimodale sur smartphone lancée en 2018 qui permet d'accéder aux bus, tramways et vélos en libre-service de courte et de longue durée, avec un système de facturation qui s'ajuste sur la formule la plus favorable en fonction de la consommation. Cette simplification doit contribuer à faire passer la part modale des moyens de transport peu ou pas émetteurs de GES de « 13 % à 30 % d'ici à 2030 », précise Christophe Wolf, directeur mobilité pour l'agglomération. ●

FRÉDÉRIC BRILLET

# BIEN SÛR QUE LES COMPAGNIES AÉRIENNES SONT VERTES (DE JALOUSIE)

Il y a de quoi, lors d'un seul vol Paris – Londres, **votre empreinte carbone équivaut à 14 trajets en Eurostar\***.

VOYAGEZ PLUS VERT



\*Chiffres calculés lors d'une étude indépendante de Paul Watkiss Associates Ltd réalisée en 2020 sur la base de l'année 2019. La comparaison entre l'Eurostar et l'aviation est effectuée sur la base des émissions de gaz à effet de serre [CO<sub>2</sub>e] par passager, sur un même trajet aller. Le calcul s'appuie sur les émissions de CO<sub>2</sub>e de l'aviation, issues du calculateur de l'ICAO (International Civil Aviation Organization), ainsi que des émissions de CO<sub>2</sub>e d'Eurostar calculées à partir de la méthodologie du Defra pour le Royaume-Uni, et de l'IEA (International Energy Agency) pour la France, la Belgique et les Pays-Bas. Plus d'informations sur [eurostar.com](http://eurostar.com).



# Le vrac contre-attaque

**AMBITION** Après un passage à vide lié au Covid, la filière du vrac compte tripler son chiffre d'affaires pour atteindre les 3,20 milliards en 2025

On le sait, la crise sanitaire a favorisé les produits vendus avec emballage, perçus comme plus hygiéniques. Résultat ? Le chiffre d'affaires hors taxes de la filière vrac a stagné en 2021 à 1,3 milliard d'euros en cumulant les ventes des spécialistes et des grandes surfaces généralistes qui développent des rayons vrac. Ce coup d'arrêt survient après cinq années de forte croissance : 60 % des entreprises de vrac ont été créées après 2018 et la France compte quelque 900 magasins spécialisés sur ce créneau contre une vingtaine en 2015\*.

Malgré ce trou d'air, les professionnels continuent d'y croire pour plusieurs raisons. D'abord, le vrac répond à la nécessité impérieuse de réduire une consommation d'emballages trop souvent inutiles, coûteux et à usage unique. En France, chaque habitant génère 568 kilos d'ordures ménagères par an, dont près de 30 % en poids et 50 % en volume sont constitués d'emballages notamment en plastique, aux possibilités de recyclage très limitées. Et quand bien même le matériau se recycle à l'infini comme le verre, le processus qui lui donne une seconde vie requiert un circuit logistique et productif énergivore. « L'ère du tout-jetable est révolue ; la seule solution viable à long terme est de revenir à la consigne pour les emballages et de développer la vente en vrac », assure Laura Frouin, chargée de projet chez Zero Waste France.

## Une réglementation favorable

De même que l'énergie la plus propre est celle qu'on économise, l'emballage le moins nuisible à l'environnement est effectivement celui qui n'a jamais été produit. D'où l'intérêt du vrac pour les consommateurs soucieux de réduire leur impact environnemental. À cet engouement des acheteurs s'ajoute une réglementation favorable : la loi antigaspillage pour une économie circulaire (Agec) prévoit à l'horizon 2030 que les magasins alimentaires de plus de 400 mètres carrés consacrent 20 % de leur surface de vente de produits de grande consommation au vrac.

Les nouveaux venus dans le paysage, qui opèrent en tant que commerçants indépendants ou franchisés comme Day by Day ou Mamie Mesure, vont donc désormais devoir compter

avec les grandes surfaces généralistes qui développent des rayons vrac comme elles l'ont fait pour le bio. Pour se faire une place au soleil, ces spécialistes repartent déjà à la conquête des consommateurs. « En 2022, notre réseau, qui compte onze boutiques, se fixe pour objectif d'en ouvrir quatre autres d'ici à la fin de l'année », explique Elina Leroi, chargée de la RSE chez Mamie Mesure.

## L'opération « Mois du vrac »

Par souci de cohérence, ces jeunes entreprises tentent de conjuguer autant que faire se peut vrac, local et bio afin de cocher toutes les cases de la consommation responsable. Et elles ne cessent d'étendre leur offre à de nouveaux rayons : hier cantonné à l'épicerie sèche (céréales, fruits secs, amandes...), le vrac étend son offre aux produits d'hygiène, cosmétiques et d'entretien de la maison. Leur positionnement plutôt haut de gamme limite cependant leur accessibilité. « Dans l'idéal, on devrait pouvoir trouver des pâtes premier prix au rayon vrac », argumentent-on chez Zero Waste France.

En attendant, l'écosystème de la filière s'enrichit encore avec l'arrivée d'entreprises proposant des contenants réutilisables. Cristel, spécialiste réputé des produits de cuisson en Inox made in France, vient ainsi de lancer une boîte repas ergonomique et légère, de qualité, 100 % étanche et saine, « dans le but d'éviter la génération de déchets lors des repas nomades », précise la société. À Caen, en Normandie, la jeune pousse Barnabé a mis en place un système de consigne du verre pour les plats à emporter qu'elle cherche à étendre ailleurs.

Pour soutenir le secteur, le Réseau Vrac a mobilisé en mars quelque 1150 professionnels autour de l'opération « Mois du vrac » sous le patronage du ministère de la Transition écologique, afin de communiquer tous azimuts sur ce mode de consommation et accompagner le lancement du site consommervrac.fr. Reste à savoir si toutes ces initiatives suffiront à redynamiser la filière : dans un contexte inflationniste, le vrac n'est pas forcément moins cher que le préemballé car il requiert plus de manutention et une logistique dédiée. Et si le bio tire son épingle du jeu, les produits issus de l'agriculture conventionnelle affichent souvent des prix supérieurs à leurs équivalents préemballés, apprend-on dans une étude de 60 millions de consommateurs. ● F.B.

\* Source : Réseau Vrac.



L'objectif de la vente de produits en vrac : réduire une consommation d'emballages trop souvent inutiles, coûteux et à usage unique. JEAN-FRANÇOIS FREY/L'ALSACE/MAXPPP

VELUX S'ENGAGE

COMMUNIQUÉ

## POUR UNE PRODUCTION RESPONSABLE

Les solutions VELUX® contribuent par nature à un habitat plus lumineux, mieux ventilé donc plus sain et durable. Une mission historique que le Groupe entend poursuivre et accélérer avec une production toujours plus vertueuse, pour atteindre la neutralité carbone de ses activités (scopes 1 et 2) dès 2030.

### 1# PRODUIRE LOCALEMENT

Avec quatre sites implantés en France, dans la Somme, la Haute-Saône, la Haute-Marne et la Haute-Savoie, VELUX a fait le choix d'un ancrage local répondant à ses ambitions sociétales et environnementales. Les fenêtres VELUX® fabriquées en France sont distribuées sur le territoire, combinant qualité industrielle française et livraison en circuit court. Chacun de ces sites est d'ailleurs quadruplement certifié, pour le management environnemental, le management de l'énergie, de la qualité et de la sécurité et santé au travail.

### 2# PRODUIRE AVEC DES MATÉRIAUX DURABLES

En choisissant un approvisionnement en bois issu de forêts certifiées pour fabriquer ses fenêtres, le groupe VELUX opte pour un matériau renouvelable, contribuant à préserver les espaces naturels et à capturer le CO<sub>2</sub>. Le site de fabrication des fenêtres dans la Somme se fournit en bois certifié PEFC et FSC, dont une grande partie provient des forêts Landaïses. Ces labels certifient la gestion durable de la forêt : à chaque arbre prélevé, un autre est planté. Le bois est également recyclable, tout comme l'aluminium ou le verre, autres matériaux utilisés dans la fabrication des fenêtres VELUX.

Le plastique et le polystyrène, en revanche, ont été supprimés dans 90 % des emballages des fenêtres de toit au profit du carton. Dans l'usine française, toutes les lignes de montage sont déjà « zéro plastique ». Au niveau du Groupe VELUX, c'est 900 tonnes d'un matériau néfaste à l'environnement évitées chaque année, 13 % d'empreinte carbone en moins sur les emballages et un recyclage facilité pour les clients.



### 3# PRODUIRE EN REJETANT LE MOINS DE CO<sub>2</sub> POSSIBLE

Produire vert, c'est aussi gérer ses déchets. Tout d'abord en limitant autant que possible leur quantité, comme sur le site de fabrication de Feuquières-en-Vimeu où la découpe du bois est optimisée dès les premières étapes afin de limiter les pertes. De nouvelles lignes de production permettent quant à elles de recycler la peinture en continu, évitant tout gaspillage, et la même logique s'applique jusqu'au bout de la chaîne. Lorsque les déchets ne peuvent être évités, ils peuvent en revanche être valorisés ou recyclés. À Feuquières-en-Vimeu, toujours, les chutes de bois alimentent la chaudière à bois qui chauffe la totalité du site. Les copeaux de bois sont en partie revalorisés en briques de chauffage ou en litière animale, et tous les déchets de verre ou d'aluminium

sont renvoyés aux fournisseurs pour les refondre. Bilan ? En 2020, l'usine avait réduit ses émissions de CO<sub>2</sub> de 65 %, soit 947 tonnes de carbone en moins, tout en recyclant et revalorisant 100 % de ses déchets bois. Quant à l'ensemble des déchets de production des usines VELUX, ils sont déjà recyclés à hauteur de 98 %. Autre champ d'action incontournable dans la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, la consommation énergétique est également au cœur des préoccupations du Groupe, par exemple avec un système de gestion des calories sur les lignes de peinture de Feuquières-en-Vimeu. Sur le site de Marnay, en Haute-Saône, ce sont 1 200 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques qui alimentent l'usine en énergie solaire. Et d'ici 2023, tous les sites de production VELUX devraient être approvisionnés en énergie 100 % renouvelable. ■

### 2041, LA NEUTRALITÉ CARBONE À VIE

Au cœur de sa stratégie de développement durable dévoilée en 2020, le groupe VELUX a annoncé viser la neutralité carbone de ses activités à vie pour son centième anniversaire. En clair « Au-delà de ses actions pour réduire son empreinte carbone\* présente et future, le groupe VELUX entend compenser la totalité de ses émissions passées\*, sur lesquelles il n'y a plus d'autre action possible. » D'ici 2041, des projets de conservation de forêts gérés par le WWF (Fonds mondial pour la nature) doivent ainsi permettre de capturer 5,6 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>, soit la quantité émise par ses activités depuis la création de VELUX en 1941.

\* Scopes 1 et 2.

POUR EN SAVOIR PLUS SUR LA NEUTRALITÉ CARBONE : [WWW.VELUX.FR/A-PROPOS/USINES-EN-FRANCE](http://WWW.VELUX.FR/A-PROPOS/USINES-EN-FRANCE)

