

filidechet

Batiflux 4

Reprise, Réemploi et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs de matériaux en Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Note de synthèse de l'enquête sur la reprise des déchets et la vente de produits recyclés auprès des distributeurs de matériaux de Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Octobre 2020



Nomadéis

4, rue Francisque Sarcey

75116 Paris

Téléphone : +33 (0)1 45 24 31 44

Site web: www.nomadeis.com

Conseil en Environnement et Développement durable

Directeurs-Associés

Cédric BAECHER, Directeur Associé

Nicolas DUTREIX, Directeur Associé

Equipe projet

Fanny SOHUI, Chef de projet

Adrien DUCHADEUIL, Consultant

Alice GANDARA, Analyste

Flore BASTELICA, Chargée d'Etude

Avec le soutien technique et financier de :



Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur

Service Environnement et Biodiversité

Hôtel de Région

27 place Jules Guesde

13 481 Marseille Cedex 20

Site web : www.maregionsud.fr

ADEME

Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur

2 boulevard de Gabès – CS 50139

13 267 Marseille Cedex 08

Site web : www.paca.ademe.fr

Citation : Nomadéis (2020) Note de synthèse de l'enquête sur la reprise des déchets et la vente de produits recyclés auprès des Distributeurs de Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Projet Batiflux 4 : Reprise, Réemploi et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs de matériaux en Provence-Alpes-Côte-d'Azur.

Nomadéis, CC BY-NC 3.0 FR, 2020

Le matériel de la présente publication peut être copié, reproduit et communiqué en tout ou en partie à des fins pédagogiques et non lucratives sans autorisation spéciale de la part du détenteur des droits, à condition de faire mention de la source. Nomadéis et ses bailleurs, le Conseil Régional PACA et l'ADEME PACA, seraient reconnaissants de recevoir un exemplaire de toutes les publications qui ont utilisé ce matériel comme source. Il n'est pas possible d'utiliser la présente publication pour la revente ou à toute autre fin commerciale sans demander au préalable par écrit l'autorisation de ses auteurs.

Sommaire

Présentation du projet Batiflux 5.....	4
1 Synthèse et messages clés	1
2 Objectifs de l'enquête.....	3
3 Echantillonnage.....	3
3.1 Note sur les périmètres de la cartographie et de l'enquête	3
3.2 Population repérée	4
3.3 Méthodologie d'échantillonnage	6
4 Administration de l'enquête	6
5 Résultats de l'enquête	7
5.1 Composition de l'échantillon final de l'enquête	7
5.2 Robustesse de l'échantillonnage	8
5.3 Résultats bruts : présentation de l'activité	9
5.4 Résultats bruts : Vente de produits issus du réemploi ou du recyclage.....	11
5.5 Résultats bruts : Pratiques de reprise de déchets	17
5.6 Résultats bruts : Remarques.....	24
6 Analyses croisées.....	25
6.1 Géographie \cap pratiques	25
6.2 Statut du distributeur (indépendant ou enseigne) \cap pratiques.....	26
6.3 Vente de matériaux recyclés \cap reprise des déchets.....	26
6.4 Code NAF \cap pratiques.....	27
6.5 Sensibilité environnementale \cap pratiques.....	27
6.6 La vente de matériaux recyclés \cap perception du développement du marché.....	27
6.7 Connaissance de l'obligation \cap reprise des déchets	28
6.8 Reprise des déchets \cap perception de l'attractivité.....	28
6.9 Reprise des déchets \cap leviers identifiés	28
7 Questionnaire d'enquête	30

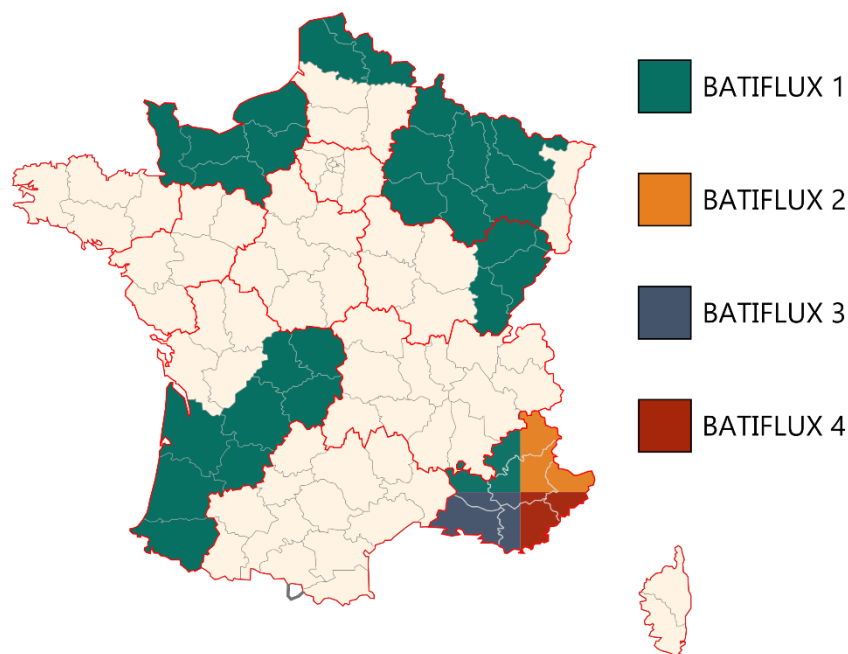
Présentation du projet Batiflux 4

Le projet « R3D PACA : Réemploi, Réutilisation et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs de matériaux en Provence-Alpes-Côte-d'Azur » s'inscrit dans la **démarche BATIFLUX** engagée par Nomadéis en 2014. Cette démarche vise à :

- Mieux appréhender les pratiques, perceptions et attentes des parties prenantes du bâtiment vis-à-vis de la construction durable, de l'éco-conception et de la réduction et valorisation des déchets ;
- Documenter et soutenir les dispositifs de soutien à la structuration des filières locales de l'économie circulaire et des matériaux biosourcés ;
- Proposer des leviers d'action et sensibiliser les parties prenantes du bâtiment.

R3D PACA est le 4^{ème} projet BATIFLUX. 4 études ont été menées entre 2014 et 2019 :

1. BATIFLUX 1 « **Constructions Biosourcées** » (2014-2015) portait sur la mise en œuvre des matériaux biosourcés par les artisans et entreprises du bâtiment.
2. BATIFLUX 2 « **(Re)³SOURCES pour la construction** » (2016-2017) s'intéressait aux pratiques de tri et de valorisation des déchets de chantier, chutes de pose et produits de dépose ainsi qu'à l'achat et l'utilisation de matériaux recyclés par les artisans et entreprises du bâtiment.
3. BATIFLUX 3 « **Transformons nos bâtiments en réserves de matériaux** » (2018-2019), visait à analyser les perceptions, pratiques et attentes des maîtres d'ouvrages et des architectes locaux en matière de réemploi, de réutilisation et d'éco-conception ; et à identifier des leviers de développement de ces pratiques.



Régions ayant fait l'objet d'une étude BATIFLUX (Nomadéis, 2019)

Toutes les informations concernant ces projets, ainsi que les livrables qui en sont issus sont disponibles sur le site web de Nomadéis : www.nomadeis.com.

1 Synthèse et messages clés

1. La population interrogée dans le cadre de cette enquête se composait des commerces de gros de matériaux de construction dont le **code NAF était inclus dans le Décret n°2016-288** à l'exclusion des commerces de gros généraliste.
2. Nomadéis a excédé son objectif initial et a interrogé 280 distributeurs de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, rendant les **résultats statistiquement exploitables aux standards scientifiques**.
3. Les distributeurs se répartissent presque **équitablement entre points de vente sous-enseigne et points de vente indépendants**.
4. La **moitié des distributeurs sont engagés dans l'économie circulaire du bâtiment** en proposant des produits issus d'une valorisation matière et/ou en se chargeant de récupérer les déchets.

Vente de matériaux recyclés

5. Plus de **60 % des distributeurs interrogés ne vendent ni produits issus du réemploi ni du recyclage**.
6. Alors même que **la majorité des répondants ont affirmé être sensible au caractère recyclé de leurs matériaux**, ils sont également une majorité à ne pas en proposer.
7. L'offre de produits proposés par la majorité des magasins sous enseigne est déterminée au niveau groupe/régional/national ce qui limite l'impact de l'action locale
8. Ceux qui vendent des matériaux issus du recyclage ou de la réutilisation le font par convictions écologiques (à 40 %) et du fait d'une demande de la clientèle (à 26 %).
9. Au contraire, ceux qui n'en vendent pas estiment à 46% que ceux-ci ne répondaient aux cahiers des charges techniques et indiquent une absence de demande de la clientèle à 22%. 1 distributeur sur 6 mentionne (17 %) que ces types de matériaux n'existaient pas du tout dans leur filière, tout du moins il n'en avait pas connaissance dans les catalogues des fabricants.
10. Trois-quarts des répondants (73 %) n'identifient pas de leviers de développement de la vente de ces produits. Lorsque cités, le premier des leviers est le développement d'une offre chez leur fournisseur.

Reprise des déchets

11. Un **tiers des distributeurs reprennent les déchets du bâtiment** ; un **résultat encourageant** si l'on considère l'entrée en vigueur récente de la loi (2018) et que tous les distributeurs ne sont pas concernés (seuls 12% se déclarent concernés dans l'échantillon).
12. Les deux raisons principales pour lesquelles les distributeurs offrent un service de reprise des déchets sont **l'obligation réglementaire à 26 % et une demande de leur clientèle à 19 %**.
13. La solution de reprise des déchets la plus répandue est la **mise à disposition de « bigbags » ou de bennes à proximité des points de vente** (63 %).

14. Les points de vente ne semblent pas récupérer de manière quotidienne des déchets puisque seuls **19 % des distributeurs concernés affirment en récupérer au moins une fois par jour.**
15. Plus de la moitié des distributeurs pensent que ce service n'augmente pas l'attractivité de leur commerce : à 62% pour ceux qui ne le propose pas et à 51% pour ceux qui le propose.
16. 46% des distributeurs n'identifient aucun levier de développement de cette pratique. Le premier levier cité était l'obtention de subventions pour rentabiliser ce service.

2 Objectifs de l'enquête

Dans son ensemble, le projet Batiflux 4 vise à produire, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, un **diagnostic des actions engagées par les distributeurs de matériaux, un état des lieux des enjeux et des opportunités en matière de reprise des matériaux, de réemploi et de revente des matériaux de construction.**

L'enquête, qui constitue le second volet du projet, vise à appréhender les pratiques des distributeurs de matériaux de construction en matière de :

1. Vente de matériaux recyclés ;
2. Reprise des déchets du bâtiment ;

L'enquête cherche également à comprendre la vision de ces acteurs sur :

1. Leur participation à l'économie circulaire du bâtiment ;
2. La réalité de terrain depuis la mise en application de la loi TECV ;
3. Les bonnes pratiques vis-à-vis de la reprise et la vente de déchets du Bâtiment.

3 Echantillonnage

3.1 Note sur les périmètres de la cartographie et de l'enquête

Dans le premier volet du projet Batiflux 4, Nomadéis avait inclus la plupart des acteurs dont le code NAF avait été identifié dans le Décret n° 2016-288 du 10 mars 2016. D'entrée de jeu, Nomadéis avait écarté le code NAF 4690Z (Commerce de gros non spécialisé) estimant que le large spectre d'activité de ces acteurs les rendait moins susceptibles de vendre des matériaux de construction et encore moins de les reprendre. Afin de constituer une population uniquement axée sur le BTP, ces acteurs ont donc été omis.

Comme explicité dans la note d'analyse du volet 1 de ce projet¹, un scénario idéal de reprise des déchets où tous les acteurs potentiellement concernés a été constitué dans l'analyse d'une mobilisation massive de la filière et pour lequel plusieurs codes NAF supplémentaires ont été pris en compte (voir Tableau 1 ci-dessous).

Tableau 1 : récapitulatif des codes NAF considérés dans la cartographie (volet 1) et l'enquête quantitative (volet 2)

Distributeurs de matériaux dont les codes NAF sont mentionnés dans le décret 2016-288	Périmètre carto	Périmètre enquête
---	-----------------	-------------------

¹ Nomadéis (2020) Note d'analyse de la cartographie des enjeux liés à la reprise des déchets en Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Projet R3D PACA : Reprise, Réutilisation et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs en Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Disponible sur le site www.nomadeis.com.

4613Z : Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction	✓	✓
4673A : Commerce de gros de bois et de matériaux de construction	✓	✓
4673B : Commerce de gros d'appareils sanitaires et produits de décoration	✓	✓
4674A : Commerce de gros de quincaillerie	✓	✓
4674B : Commerce de gros de fournitures pour la plomberie et le chauffage	✓	✓
4690Z : Commerce de gros non spécialisé	X	X
Codes NAF non-contraints de reprendre les déchets du bâtiment		
4677Z : Commerce de gros de déchets et débris	✓	X
4752A : Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin < 400 m ²)	✓	X
4752B : Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin > 400 m ²)	✓	X

Dans le cadre de l'enquête quantitative dont il est question dans la présente note, le périmètre des acteurs a été resserré puisqu'il s'agissait de comprendre **les pratiques de reprise de déchets et de vente de produits issus de matières premières secondaires du maillon distributeur de matériaux interentreprise** (cf. Tableau 1).

3.2 Population repérée

3.2.1 Population repérée dans la cartographie (volet 1)

Dans le volet 1, la population de distributeurs en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur repérée via les codes NAF susmentionnés.

Population totale repérée (4690Z non-comptabilisés)								
NAF	NAF contraints par la loi	Alpes-de-Haute-Provence						Total
		Alpes-de-Haute-Provence	Hautes-Alpes	Alpes-Maritimes	Bouches-du-Rhône	Var	Vaucluse	
	4613Z	5	4	51	68	42	25	195
	4673A	48	38	301	468	299	195	1349
	4673B	6	5	113	138	109	39	410
	4674A	6	1	46	100	34	22	209
	4674B	18	7	77	121	56	36	315
	Sous-total	83	55	588	895	540	317	2478
	4752A	52	31	249	369	252	122	1075
	4752B	16	10	62	107	76	63	334
	4677Z	3	6	21	34	11	17	92
	Sous-total	71	47	332	510	339	202	1501
	TOTAL	154	102	920	1405	879	519	3979

Figure 1 : Tableau de répartition des codes NAF par département. La population utilisée dans le volet était de 3 979 acteurs professionnels.

3.2.2 Population dans l'enquête quantitative (volet 2)

Comme le montre la Figure 1, **2 478** acteurs répondaient au périmètre le plus restreint. En utilisant les bases de données constituées, Nomadéis s'est donc attaché à créer des **annuaires départementaux** pour ainsi créer la population auprès de laquelle l'enquête téléphonique pouvait être menée.

Il convient de noter que **seuls 65,5% des acteurs préalablement identifiés avaient un numéro de téléphone** associés à leur entreprise ; la population joignable est donc moindre par rapport à ce que les bases de données issues des bases SIRENE de l'INSEE le laissaient penser.

		Alpes de Haute Provence (04)	Hautes Alpes (05)	Alpes Maritimes (06)	Bouches du Rhône (13)	Var (83)	Vaucluse (84)	Total
NAF contraints par la loi	46.13Z	5	2	19	36	24	13	99
	46.73A	35	32	166	282	207	133	855
	46.73B	2	4	81	92	86	30	295
	46.74A	6	0	29	61	24	21	141
	46.74B	14	7	56	85	38	33	233
Total		62	45	351	556	379	230	1623

Figure 3 : Répartition du nombre d'acteurs au sein des annuaires départementaux. La population accessible à la télé-enquête

La figure 3 ci-dessous montre la répartition départementale de cette population en pourcentage.

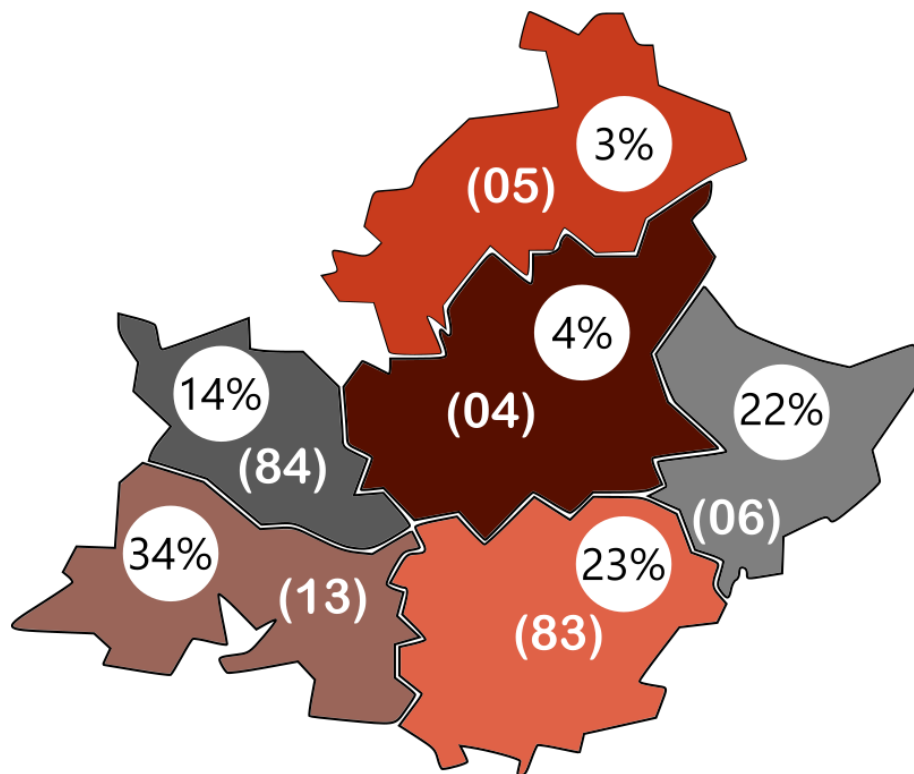


Figure 2 : carte de la distribution départementale de la population de négoce interentreprises dans les annuaires.

3.3 Méthodologie d'échantillonnage

3.3.1 Méthode des quotas

Comme pour les volets précédents de la démarche BATIFLUX, Nomadéis a privilégié la **méthode des quotas**. Cette méthode consiste en un **échantillonnage stratifié où la taille de chaque strate est représentative de la proportion au sein de la population**. Les proportions départementales utilisées sont montrées dans la Figure 3.

Avec un **objectif d'enquête de 250 répondants**, réaliste au vu des taux de transformation habituellement observés lors des enquêtes menées par Nomadéis, les objectifs de réponse par département sont les suivants :

- Alpes-de-Haute-Provence : 10 ;
- Hautes-Alpes : 7 ;
- Alpes-Maritimes : 54 ;
- Bouches-du-Rhône : 86 ;
- Var : 58 ;
- Vaucluse : 35.

4 Administration de l'enquête

Pour le paramétrage et la mise en ligne de l'enquête, Nomadéis a utilisé la **plateforme professionnelle Qualtrics**, pour laquelle Nomadéis détient un abonnement et dont l'équipe projet maîtrise parfaitement les différentes fonctionnalités.

L'enquête a été administrée par téléphone par une équipe composée de télé-enquêteurs formés et encadrés par Nomadéis.

La phase initiale d'administration de l'enquête a été débutée le 21 février 2020 mais a été stoppée le 20 mars du fait de la crise sanitaire. L'administration a repris le 15 juin 2020 et s'est arrêtée le 10 juillet 2020.

5 Résultats de l'enquête

5.1 Composition de l'échantillon final de l'enquête

Composition finale du panel de répondants	
Objectif de l'enquête	250 répondants
Questionnaires remplis par téléphone	280
Total	280 soit 112% de l'objectif

Département	Quota / objectif	Nombre de répondants dans le panel
Alpes-de-Haute-Provence (04)	10	15
Hautes-Alpes (05)	7	10
Alpes-Maritimes (06)	54	60
Bouches-du-Rhône (13)	86	99
Var (83)	58	64
Vaucluse (84)	35	32
Total	250	280

Au total, Nomadéis a effectué 1 909 appels durant la phase d'enquête, obtenant un **taux de réponse particulièrement élevé de 14,9 %**.

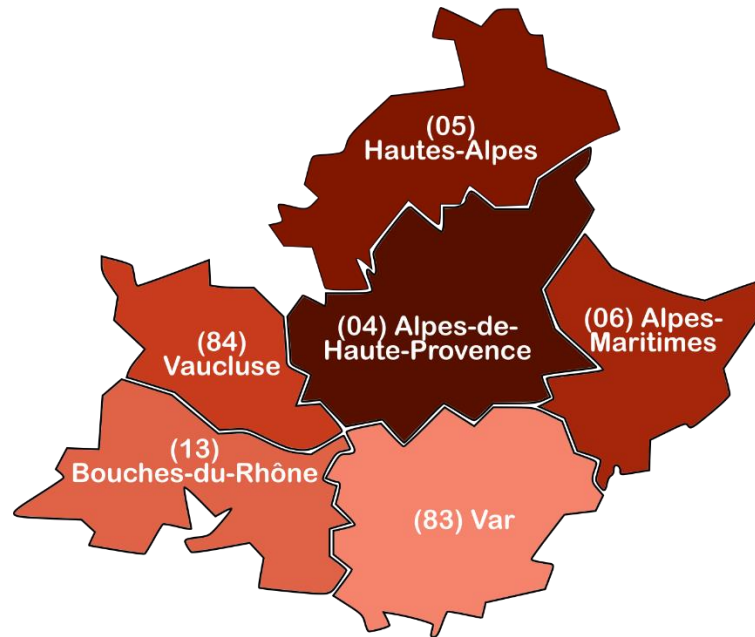


Figure 4 : Carte de la région PACA avec le pourcentage de répondants à l'enquête téléphonique par département. Cet échantillon respecte les quotas fixés par la méthodologie d'enquête citée en page précédente.

5.2 Robustesse de l'échantillonnage

En termes statistiques, la population est de 1 623 acteurs et l'échantillon est de 280 répondants. En première approche, il avait été estimé que la proportion de la population réellement affectée par la reprise des déchets ou mettant en œuvre volontairement un politique de reprise des déchets est de 30%, Nomadéis a donc estimé une proportion de population affectée par l'obligation de reprise de $p=30\%$.

Sur la base de ces informations, **l'intervalle de confiance** (ou marge d'erreur) des résultats de l'enquête est de **+/- 4,88%** pour un **niveau de confiance de 95%**.

Ainsi, l'échantillon obtenu par Nomadéis donne des résultats **en accord avec les standards scientifiques** (IC de 5% et NC de 95% respectivement).

5.3 Résultats bruts : présentation de l'activité

5.3.1 Quel est votre secteur d'activité/code NAF ?

Réponses	Effectifs	%
Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction (code NAF : 4613Z)	19	7 %
Commerce de gros de bois et de matériaux de construction (code NAF : 4673A)	187	67 %
Commerce de gros d'appareils sanitaires et produits de décoration (code NAF : 4673B)	19	7 %
Commerce de gros de quincaillerie (code NAF : 4674A)	2	1 %
Commerce de gros de fournitures pour la plomberie et le chauffage (code NAF : 4674B)	9	3 %
Commerce de gros de déchets et débris (code NAF : 4677Z)	1	0 %
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin < 400 m ²) (code NAF : 4752A)	33	12 %
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin > 400 m ²) (code NAF : 4752B)	10	4 %
Nombre de réponses	280	

Les distributeurs interrogés sont, pour la grande majorité d'entre eux (67 %), des magasins vendant du bois et des matériaux de construction (code NAF : 4673A). Le tableau permet une comparaison avec la distribution des codes NAF de la population cible selon l'INSEE.

Distribution des codes NAF dans la population cible en région selon l'INSEE	%
Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction (code NAF : 4613Z)	8 %
Commerce de gros de bois et de matériaux de construction (code NAF : 4673A)	54 %
Commerce de gros d'appareils sanitaires et produits de décoration (code NAF : 4673B)	17 %
Commerce de gros de quincaillerie (code NAF : 4674A)	8 %
Commerce de gros de fournitures pour la plomberie et le chauffage (code NAF : 4674B)	13 %
Nombre de réponses	2478

Dans la population étudiée, les magasins de gros de bois et de matériaux de construction représente 54 % des distributeurs de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ce code NAF est donc ici sur-représenté dans l'échantillon final. Cela s'explique notamment par un meilleur taux de réponse de ce type d'acteur lors de la télé-enquête par rapport aux autres catégories. Les intermédiaires du commerce (code NAF : 4613Z) sont eux à proportion égale. En revanche, les autres codes NAF sont tous sous-représentés par rapport à leur proportion dans la population cible.

Nomadéis a pu constater que certains points de vente disposaient de multiples codes NAFs (codes primaire et secondaire d'activité). Dans ces cas-là, Nomadéis a fait préciser à son interlocuteur l'activité principale du point de vente (tous publics ou à destination des professionnels), dans ces cas-

ci Nomadéis a ajusté le code NAF du répondant. C'est ainsi que des commerces de détail sont inclus dans l'échantillon de réponse.

5.3.2 Dans quel département se situe votre magasin ?

Réponses	Effectifs	%
Alpes-de-Haute-Provence (04)	15	5 %
Hautes-Alpes (05)	10	10 %
Alpes-Maritimes (06)	60	21 %
Bouches-du-Rhône (13)	99	35 %
Var (83)	64	23 %
Vaucluse (84)	32	11 %
Nombre de réponses	280	

Ces pourcentages sont alignés avec la répartition des distributeurs par département au sein de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (36 % dans les Bouches-du-Rhône, 22 % dans le Var, 24 % dans les Alpes-Maritimes, etc.). **Les quotas départementaux ont donc été respectés par l'enquête.**

5.3.3 Votre magasin est-il indépendant ou sous enseigne ?

Réponses	Effectifs	%
Indépendant	129	47 %
Sous enseigne	148	53 %
Nombre de réponses	277	

Pour cette question, Nomadéis a considéré **qu'un point de vente était indépendant s'il était unique ou s'il faisait partie d'un réseau de moins de trois points de vente**. Dans la majorité des cas, lorsqu'une entreprise indépendante disposait de plusieurs points de vente, ces derniers étaient en proche proximité géographique et pouvait donc être considéré comme un seul point géographique.

5.3.4 Quel est votre métier/position au sein de ce magasin ?

Réponses	Effectifs	%
Cadre de l'enseigne au niveau départemental/régional	2	1 %
Directeur(rice) ou gérant(e) du magasin	87	31 %
Chef d'agence / Manager	43	15 %
Vendeur(se) / conseiller(e) d'achat	87	31 %
Commercial	13	5 %
Responsable administratif / comptable	10	4 %
Hôte(sse) d'accueil / standardiste / secrétaire	16	6 %
Autre	22	8 %

Nombre de réponses

280

Les personnes qui ont répondu à l'enquête par téléphone étaient principalement gérantes (31 %) ou vendeuses (31 %) au sein du magasin. Très peu de cadres supérieurs ont été interrogés (1 %).

5.4 Résultats bruts : Vente de produits issus du réemploi ou du recyclage

5.4.1 Êtes-vous sensible à l'impact environnemental des matériaux que vous vendez ?

Réponses	Effectifs	%
Oui, tout à fait	106	38 %
Oui, plutôt	74	26 %
Un peu / pas particulièrement	55	20 %
Non, pas du tout	45	16 %
Nombre de réponses	280	

La majeure partie des répondants (64 %) a affirmé être « tout à fait » ou « plutôt » sensible à l'impact environnemental des matériaux vendus dans leur magasin. Ce chiffre est aligné sur la sensibilité environnementale des entreprises du bâtiment interrogées lors du projet Batiflux 2 (2016-2017) mais moins élevé que la sensibilité des architectes interrogés lors du projet Batiflux 3 (2018-2019) ; en effet, 85% des architectes se déclaraient sensibles à la qualité environnementale des matériaux mis en œuvre ou prescrits.

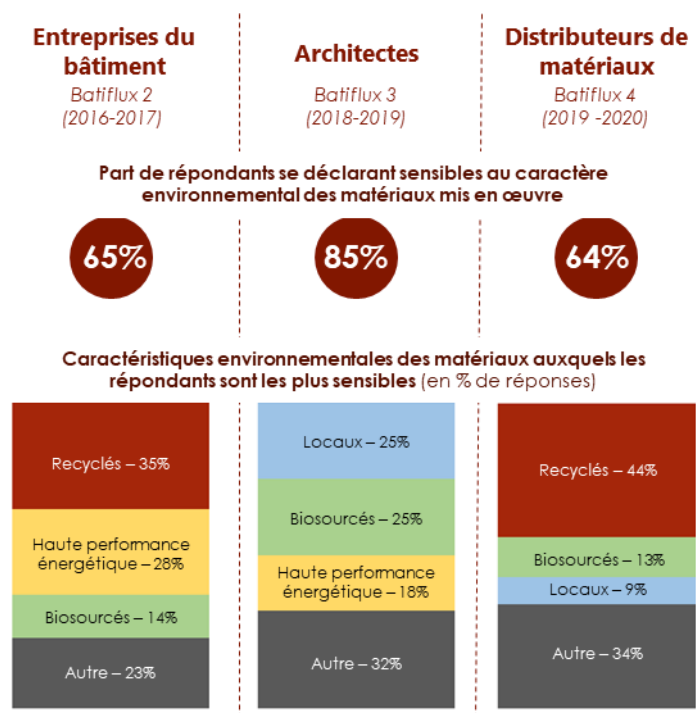
5.4.2 Si « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » est sélectionné, A quel(s) aspect(s) êtes-vous plus particulièrement sensible ? (3 réponses possibles maximum)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Matériaux recyclés	103	44 %	57 %
Matériaux locaux (circuits courts)	20	9 %	11 %
Matériaux biosourcés	31	13 %	17 %
Matériaux à haute performance énergétique	13	6 %	7 %
Matériaux bénéficiant de l'Ecolabel Européen	13	6 %	7 %
Matériaux à faible toxicité	14	6 %	8 %
Tri sélectif	26	11 %	14 %
Autre	7	3 %	4 %
Ne sait pas	7	3 %	4 %
Nombre de réponses	234		

Nombre de répondants	180		
-----------------------------	------------	--	--

Les répondants ont montré une sensibilité particulière à la vente de matériaux recyclés (44 %) ainsi qu'aux matériaux biosourcés (13 %). En revanche, la performance énergétique et la labellisation des produits sont des aspects auxquels peu de distributeurs étaient sensibles.

Une comparaison des réponses à ces deux dernières questions baromètres fournies par les différents maillons de la chaîne de valeur du bâtiment interrogés lors des projets Batiflux 2, 3 et 4 est donnée par la figure 4 ci-dessous.



Sources : Nomadéis, projets BATIFLUX 2 et BATIFLUX 3

Figure 4 : Comparaison des réponses aux questions baromètres des projets Batiflux 2, 3 et 4

On peut notamment observer que les entreprises du bâtiment et les distributeurs sont les deux populations présentant le plus grand nombre de similarité : sensibilités équivalentes et préférence pour le caractère recyclé des matériaux. A l'inverse, les architectes sont plus nombreux à se déclarer sensibles au caractère environnemental des matériaux mis en œuvre/présents mais leur préfère les matériaux locaux et biosourcés (25%)

Les matériaux recherchés en priorité diffèrent selon le maillon de la chaîne de valeur du bâtiment interrogé mais, dans l'ensemble, 4 catégories de matériaux se dégagent :

- Matériaux recyclés ;
- Matériaux biosourcés ;

- Matériaux locaux ;
- Matériaux à haute performance énergétique.

5.4.3 Proposez-vous des produits issus du réemploi ou du recyclage dans votre magasin ?

Réponses	Effectifs	%
Oui, des produits des deux types	14	5 %
Oui, des produits issus du recyclage	64	24 %
Oui, des produits issus du réemploi	9	3 %
Non	174	65 %
Ne sait pas	19	7 %
Nombre de réponses	280	

65 % des distributeurs interrogés ne vendent ni produits issus du réemploi ni du recyclage. Il est à noter que, **de manière générale, peu de répondants ont perçu la différence entre le recyclage et le réemploi, ce qui pointe vers un besoin de sensibilisation de cette catégorie professionnelle envers ces concepts.**

On peut dès lors noter une contradiction : alors même que la majorité des répondants ont affirmé être sensible au caractère recyclé de leurs matériaux, ils sont également une majorité à ne pas en proposer.

Si réponse « Oui » à la question de la vente de produits recyclés/de réemploi

5.4.4 Quels types de matériaux issus du réemploi ou du recyclage proposez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Béton (Granulats, éléments architecturaux, etc.)	15	14 %	17 %
Pierre (Fondation, mur, etc.)	4	4 %	5 %
Métaux (Poutre, parement, etc.)	4	4 %	5 %
Briques, tuiles	3	3 %	3 %
Bois (Parement, charpente, etc.)	28	26 %	32 %
Verre (Décoration, fenêtre, etc.)	5	5 %	6 %
Produits de chauffage, sanitaires, robinetterie	2	2 %	2 %
Petite quincaillerie	5	5 %	6 %
Céramique (carrelage)	7	6 %	8 %
Isolant	15	14 %	17 %
Plastique / papier / carton	5	5 %	6 %
Polystyrène	3	3 %	3 %
Autre	12	11 %	14 %
Nombre de réponses	108		

Nombre de répondants	87		
-----------------------------	-----------	--	--

Parmi les distributeurs proposant des **matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage**, **32 % vendent du bois, 17 % du béton, et 17 % de l'isolant**. Il n'est pas surprenant de trouver ces produits en tête puisque les gammes des fabricants incluent des produits issus du recyclage (exemple : cellulose en vrac pour l'isolation ou copeaux et sciure de bois valorisés (sous-produits de la production de bois d'œuvre) en panneaux).

En outre, **les distributeurs vendant des appareils sanitaires et produits de décoration et ceux vendant des fournitures pour la plomberie et le chauffage ont constaté que les produits qu'ils vendaient ne se prêtaient pas au réemploi et/ou au recyclage**.

5.4.5 D'où est issue la décision de proposer des matériaux issus du réemploi/recyclage à la vente ?

Réponses	Effectifs	%
Décision du magasin	35	46 %
Décision du siège / régionale / nationale	37	49 %
Ne sait pas	4	5 %
Nombre de réponses	76	

Près de la moitié des distributeurs interrogés (49 %) affirment que la décision de vendre des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage a été prise au niveau national ou régional, à l'échelle du Groupe concerné.

Lorsque croisé avec le statut du distributeur, il apparaît que **71% des magasins indépendants indiquent que la décision de vente de produits recyclés/réemployé a été prise par le point de vente interrogé**, contre 29% des magasins sous-enseigne. Ceci indique que dans la majeure partie des cas, **l'offre de vente proposée par les magasins sous-enseigne implantés en région dépend d'une décision externe au point de vente, voire externe au territoire ; limitant de fait les perspectives d'action et de levier locaux**.

5.4.6 Pour quelle(s) raison(s) proposez-vous des matériaux issus du réemploi/recyclage ? (3 réponses possibles maximum)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Convictions écologiques	35	28 %	40 %
Demande de la clientèle	23	18 %	26 %
Alignement sur la concurrence	3	2 %	3 %
Stratégie commerciale	22	17 %	25 %
Qualité du produit	7	6 %	8 %
Contrainte réglementaire	4	3 %	5 %
Offre existante (fournisseurs)	10	8 %	11 %
Economie de matière première	2	2 %	2 %
Moindre coût	3	2 %	3 %
Autre	5	4 %	6 %
Ne sait pas	12	10 %	14 %

Nombre de réponses	126		
Nombre de répondants	87		

40 % des répondants ont affirmé que le choix de vendre des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage dans leur magasin était guidé par leurs convictions écologiques, portées par eux-mêmes ou leurs supérieurs.

Le deuxième type d'argument mis en avant est **l'avantage comparatif procuré sur le marché** : 26 % des répondants pensent que la demande de la clientèle justifie ce choix, et 25 % ont expliqué que cette décision était un positionnement stratégique de l'entreprise.

Si réponse « Non » à la question de la vente de produits recyclés/de réemploi

5.4.7 Pour quelle(s) raison(s) ne proposez-vous pas des matériaux issus du réemploi/recyclage ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Surcoût des matériaux	12	6 %	7 %
Mauvaise image de ces matériaux	4	2 %	2 %
Pas de demande de la part de la clientèle	38	19 %	22 %
Inaptitudes / contraintes techniques	80	39 %	46 %
Problème de certification ou de mise aux normes des produits	2	<1 %	1 %
Contraintes réglementaires ou d'assurabilité	2	<1 %	1 %
Pas d'offre (fournisseurs)	29	14 %	17 %
Pas d'information de la part des fournisseurs	4	2 %	2 %
Décision du siège	8	4 %	5 %
Autre (Préciser)	4	2 %	2 %
Ne sait pas	22	11 %	13 %
Nombre de réponses	205		
Nombre de répondants	175		

Près de **la moitié des distributeurs interrogés (46 %) qui ne vendent pas de matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage ont affirmé que ceux-ci ne répondaient aux cahiers des charges techniques**, ainsi la réponse la plus communément enregistrée est l'inaptitude ou l'impossibilité technique de recourir à un matériau issu du réemploi/recyclage.

1 distributeur sur 6 mentionne (14 %) que ces types de matériaux n'existaient pas du tout dans leur filière ; tout du moins il n'en avait pas connaissance dans les catalogues des fabricants.

Contrairement à d'autres maillons de la chaîne de valeur (artisans ou architectes par exemple) interrogés lors des projets Batiflux 2 et 3, il semble que les contraintes réglementaires liées à la

qualité des produits recyclés ne représentent pas un obstacle particulier à la vente de ce type de matériaux dans le bâtiment.

Questions de perception communes

5.4.8 Au cours des 5 prochaines années, vous estimez que la vente de produits issus du réemploi/recyclage aura tendance à :

Réponses	Effectifs	%
Augmenter	148	53 %
Diminuer	2	1 %
Rester stable	59	21 %
Ne sait pas	71	25 %
Nombre de réponses	280	

Plus de la moitié des personnes interrogées affirme que la vente de matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage augmentera dans les années à venir. 25 % des répondants ne se sont pas exprimés sur ce sujet.

5.4.9 Quels seraient les leviers qui vous permettraient de mettre en œuvre / de renforcer ou faciliter la vente de produits issus du réemploi ou recyclage dans votre magasin ? Question ouverte

Réponses	Effectifs	% du nombre de réponses	% du nb de répondants
Prix plus compétitifs	15	17 %	19 %
Sensibilisation des clients / artisans	7	8 %	9 %
Nouvelle offre (fournisseurs)	16	19 %	21 %
Décision du Groupe/siège	11	13 %	14 %
Recherche & Développement	8	9 %	10 %
Augmentation de la demande (clients)	12	14 %	16 %
Evolution des normes françaises	3	4 %	4 %
Investissement des collectivités	4	5 %	5 %
Sourcing d'entreprises locales	2	3 %	3 %
Autre	8	9 %	10 %
Nombre de réponses	86		
Nombre de répondants	77		

Seuls 27,5 % des répondants (77 personnes) ont identifié des leviers qui permettraient de généraliser la vente de produits issus du réemploi et/ou du recyclage. Les trois leviers les plus cités sont :

1. Le développement d'une **nouvelle offre de la part des fournisseurs** (19 %)
2. La nécessité de **rendre ces matériaux plus compétitifs d'un point de vue économique** (17 %)

3. L'augmentation d'une demande de la part des entreprises du bâtiment et des artisans (à 14 %).

Au travers de ces réponses, on peut noter que les distributeurs souhaitent donc s'appuyer sur les fabricants et industriels qui produisent des matériaux pour développer leur offre en matériaux issus du recyclage et de la réutilisation. En effet, la création de nouveaux produits et un abaissement des prix sont les deux leviers les plus cités.

Ce sont donc les coûts de production des matières secondaires qui sont le nœud de ce problème puisque ces derniers justifieront ou non leur incorporation au sein de processus industriels et donc leur apparition sur le catalogue des fabricants et influenceront le prix de vente aux distributeurs.

5.5 Résultats bruts : Pratiques de reprise de déchets

5.5.1 Connaissez-vous l'obligation pour certains distributeurs professionnels de reprendre les matériaux de construction déposés par les artisans du bâtiment ?

Réponses	Effectifs	%
Oui	103	37 %
Non	177	63 %
Nombre de réponses	280	

Près des **deux tiers des répondants ne connaissent pas l'obligation, pour certains distributeurs professionnels, de reprendre des matériaux déposés par des artisans**, si ces derniers en font la demande.

En toute logique, cette proportion est plus élevée (70%) chez les acteurs ne proposant pas de dispositif de reprise. Plus étonnant : 49% des répondants reprenant actuellement des déchets affirment ne pas connaître la loi : témoignant ainsi potentiellement d'un manque de communication entre les directions stratégiques de ces structures et les équipes opérationnelles qui ont répondu à l'enquête.

5.5.2 Votre magasin met-il en œuvre une politique de reprise des déchets ?

Réponses	Effectifs	%
Oui, pour tous les publics	45	16 %
Oui, pour les professionnels uniquement	35	13 %
Oui, pour les clients (chantiers)	15	5 %
Non	185	66 %
Nombre de réponses	280	

Les deux-tiers des points de vente interrogés (66 %) ne reprennent pas de déchets du bâtiment.

Si l'on exclut les codes NAF des distributeurs tous publics (codes 4752A et 4752B), le nombre de distributeurs interentreprises proposant un service de reprise des déchets est de 79 sur 237, soit 33%, soit la même proportion que dans l'échantillon complet.

Si réponse « Oui, pour tous les publics » ou « Oui, pour les professionnels uniquement » à la question de la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets

5.5.3 Pour quelle(s) raison(s) votre magasin reprend les déchets ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Contrainte réglementaire	33	26 %	35 %
Convictions écologiques	15	12 %	16 %
Intégré au modèle d'affaire du magasin	18	14 %	19 %
Demande de la clientèle	24	19 %	25 %
Initiative personnelle ou de la direction/ stratégie du magasin/ positionnement par rapport aux concurrents	15	12 %	16 %
Usuel	10	8 %	11 %
Autre	5	4 %	5 %
Ne sait pas	7	6 %	7 %
Nombre de réponses	127		
Nombre de répondants	95		

Les deux raisons principales pour lesquelles les distributeurs offrent un service de reprises des déchets sont **l'obligation réglementaire à 35 %** et **une demande de leur clientèle à 25 %**.

Si seul l'échantillon de distributeurs interentreprises est considéré alors 26% d'entre eux proposent un service de reprise des déchets. En outre, 36% d'entre eux (29 sur 79 reprenant les déchets) ont mentionné être sous le coup de la contrainte réglementaire.

Ainsi, **sur l'échantillon total de distributeurs interentreprises, seuls 12% déclarent être concernés par l'obligation de reprise des déchets**. En revanche, ce chiffre n'est probablement pas tout à fait représentatif de la réalité en région puisque les commerces de gros de bois et de matériaux de construction sont sur-représentés dans l'échantillon (67% de l'échantillon versus 54% de la population).

5.5.4 Quelle(s) solution(s) proposez-vous à vos clients ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Mise à disposition de "bigbags" ou de bennes sur le point de vente	60	56 %	63 %
Conventionnement avec un opérateur privé	7	6 %	7 %
Collecte sur le chantier du client	25	23 %	26 %

Déchetterie/recyclerie professionnelle sur le point de vente	9	8 %	9 %
Autre	7	6 %	7 %
Nombre de réponses	108		
Nombre de répondants	95		

La solution de reprise des déchets la plus répandue est **la mise à disposition de « bigbags » ou de bennes à proximité des points de vente (56 %)**. La collecte sur le chantier du client est également pratiquée par de nombreux distributeurs qui reprennent les déchets (23 %).

5.5.5 Quel(s) type(s) de matériau(x) reprenez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Tous	10	8 %	11 %
Déchets inertes (Béton, pierre, tuile, verre, etc.)	43	35 %	45 %
Déchets non-inertes non-dangereux (Bois, ameublement, plastique, métaux, etc.)	53	44 %	56 %
Déchets dangereux	7	6 %	7 %
Ne sait pas	8	7 %	8 %
Nombre de réponses	121		
Nombre de répondants	95		

56% des points de vente reprenant les déchets acceptent les déchets non-inertes non dangereux tels que le bois, les produits d'ameublement, le plastique, les métaux, etc. et 45% les déchets inertes. Une minorité de répondants (11%) indique reprendre tous les déchets.

5.5.6 Refusez-vous certains types de matériaux ?

Réponses	Effectifs	%
Oui (Déchets dangereux)	25	26 %
Oui (Déchets non inertes)	3	3 %
Oui (Déchets hors gravats)	5	5 %
Oui (Déchets mal triés)	2	2 %
Oui (Matériaux non vendus dans le magasin)	12	12 %
Oui (Autre)	4	4 %
Non	28	29 %
Ne sait pas	19	20 %
Nombre de réponses	98	

Un tiers des distributeurs n'ont pas exprimé explicitement qu'ils refusaient certains types de matériaux. **Lorsqu'ils en refusent, les distributeurs citent majoritairement les déchets dangereux qui présentent des contraintes lourdes de gestion.**

5.5.7 Les déchets que l'on vous rapporte sont généralement :

Réponses	Effectifs	%
Triés (5 flux ou autre)	37	39 %
En vrac	29	31 %
Les deux cas surviennent aussi fréquemment	18	19 %
Ne sait pas	11	12 %
Nombre de réponses	95	

Seuls 39% des distributeurs offrant un service de reprise de déchets notent que les déchets qui leur sont rapportés sont triés. Toutefois, ils précisent que le tri n'est pas forcément effectué selon la norme 5 flux.

31% notent que les déchets sont tous en vrac, et 19% observent que les deux cas de figure sont aussi fréquents. Ces résultats semblent indiquer une méconnaissance de la réglementation sur le tri par les entreprises du BTP.

5.5.8 A quelle fréquence vous rapporte-t-on des déchets ?

Réponses	Effectifs	%
Au moins une fois par jour	18	19 %
Au moins une fois par semaine	19	20 %
Seulement de temps en temps	27	28 %
Ne sait pas	31	33 %
Nombre de réponses	95	

Un tiers des répondants qui reprennent des déchets ne savait pas à quelle fréquence des déchets leurs sont rapportés, ou sont collectés sur les chantiers. Les points de vente ne semblent pas récupérer de manière quotidienne des déchets puisque seuls 19 % des distributeurs concernés affirment en récupérer au moins une fois par jour.

5.5.9 Avez-vous une estimation de la quantité de déchets que l'on vous rapporte ou du nombre d'entreprises qui vous en rapportent ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	%
Oui, pour la quantité de déchets	27	28 %
Oui, pour le nombre d'entreprises	4	4 %
Non, ni l'un ni l'autre	64	67 %
Nombre de réponses / répondants	95	

67 % des répondants qui reprennent des déchets n'ont pas su estimer la quantité de déchets rapportés, ni le nombre d'entreprises ou de clients qui leurs rapportent des déchets.

5.5.10 Facturez-vous, d'une manière ou d'une autre, le dépôt des déchets ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	%
Oui, facturation au poids	28	29 %
Oui, facturation au volume	7	7 %
Oui (Autre)	6	6 %
Non	46	48 %
Ne sait pas	8	8 %
Nombre de réponses / répondants	95	

Près de la moitié des distributeurs qui reprennent des déchets ne facturent pas spécifiquement ce service. Lorsque ce service est facturé indépendamment, le montant à régler dépend généralement du poids des déchets (29 %).

Il est à noter qu'une partie des répondants affirmant ne pas facturer spécifiquement la reprise ou le dépôt des déchets, affirmait par ailleurs comprendre la récupération et le dépôt en déchèterie au sein de leurs devis de travaux ou de livraison de produits. Ce service était donc inclus dans une prestation plus globale.

5.5.11 Triez-vous les déchets qui vous sont rapportés ?

Réponses	Effectifs	%
Oui	36	38 %
Non	48	51 %
Seulement certaines catégories	5	5 %
Ne sait pas	6	6 %
Nombre de réponses	95	

Plus de la moitié (51 %) des distributeurs qui reprennent des déchets ne les trient pas. Les répondants indiquaient que le collecteur en charge de leur récupération sur site se chargeait de cette tâche.

5.5.12 En général, que faites-vous des déchets qui vous sont retournés ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Envoi en décharge publique ou privée (Centre de transit/tri/regroupement)	39	37 %	41 %
Vente à des plateformes de valorisation/acteurs du recyclage	14	13 %	15 %
Recours à un collecteur	38	36 %	40 %
Transformation et/ou reconditionnement puis revente en magasin	9	8 %	9 %

Autre	3	3 %	3 %
Ne sait pas	3	3 %	3 %
Nombre de réponses	106		
Nombre de répondants	95		

Les deux exutoires immédiats les plus communs pour les déchets rapportés sont **la décharge publique ou privée (à 37 %)**, ou **la récupération par un collecteur** qui lui-même gère le tri, mise en décharge, etc. (à 36 %).

Si réponse « Non » à la question sur la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets

5.5.13 Votre magasin ne reprend pas les déchets car : (3 réponses possibles maximum)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponses	% du nb de répondants
Présente des problèmes de gestion et/ou de sécurité sur site	20	8 %	11%
Enjeux pour mettre en œuvre un circuit assurant un débouché pour ces déchets	3	1 %	2%
Représente un coût trop important	26	10 %	14%
Pas l'espace sur le site	62	24 %	34%
Pas de demande de la part des clients (particuliers ou professionnels)	52	20 %	28%
Pas contraint par la loi	25	10 %	14%
Autre organisation privilégiée	13	6 %	7%
Pas le temps	3	1 %	2%
Pas le droit	3	1 %	2%
Pas concerné	35	13 %	19%
Autre	6	2 %	3%
Ne sait pas	14	5 %	8%
Nombre de réponses	262		
Nombre de répondants	185		

Selon les distributeurs de matériaux, les trois freins principaux raisons à la reprise des déchets sont :

1. Le manque d'espace sur le site de vente pour développer ce service (24 %),
2. L'absence de demande suffisante de la part des clients justifiant la mise en place de ce service (20 %)
3. Le sentiment de ne pas être concerné par cette obligation (à 13 %). Dans ce dernier cas de figure, les répondants indiquaient qu'ils considéraient que la reprise des déchets n'étaient pas leur métier.

5.5.14 Envisagez-vous de proposer ce service à votre clientèle dans les mois à venir ?

Réponses	Effectifs	%
Oui, pour tous types de produits/matériaux que le magasin offre	15	8 %
Oui, mais uniquement pour certains types de produits/matériaux	5	3 %
Non	147	79 %
Ne sait pas / indécis	18	10 %
Nombre de réponses	185	

la grande majorité (79%) des distributeurs n'offrant pas ce service ne compte pas proposer ce service à moyen terme, et 10% se déclarent indécis.

Reprise des déchets - questions communes

5.5.15 De manière générale, pensez-vous qu'offrir un service de reprise des déchets augmente l'attractivité d'un distributeur de matériaux/commerce / génère plus de trafic clientèle ?

Réponses	Effectifs	%
Oui	73	26 %
Non	162	58 %
Ne sait pas	45	16 %
Nombre de réponses	280	

Qu'ils offrent un service de reprise ou non, près de 60 % des répondants pensent qu'offrir un service de reprise n'augmente pas l'attractivité de leur point de vente.

5.5.16 Quels seraient les leviers qui vous permettraient de mettre en œuvre/ de renforcer ou faciliter la reprise de déchets de chantier sur site ? (3 réponses possibles maximum)

Réponses	Effectifs	% du nb de réponse	% du nb de répondants
Appui dans la gestion technique et pratique de la démarche sur site	42	13 %	15 %
Assurance/démonstration de la viabilité économique de la démarche	24	7 %	9 %
Obtention de crédits/subventions pour la mise en œuvre et le maintien de la démarche	56	17 %	20 %

Mise en relation avec des intermédiaires / des acteurs économiques pour mettre en œuvre un circuit de distribution / dépôt	26	9 %	9 %
Sensibilisation des clients / artisans	15	5 %	5 %
Augmentation de la demande / des volumes	8	2 %	3 %
Réglementation adaptée	8	2 %	3 %
Visites de chantiers ou de magasins exemplaires	2	<1 %	1 %
Aucun levier possible (problème de place, autre organisation, etc.)	8	3 %	3 %
Autre	21	2 %	8 %
Ne sait pas	121	37 %	43 %
Nombre de réponses	331		
Nombre de répondants	279		

46% des distributeurs n'identifient aucun levier de développement de cette pratique ou estime qu'aucune action ne pourrait améliorer la reprise des déchets.

Les deux principaux leviers identifiés par les répondants qui permettraient de généraliser la mise en place d'un service de reprise des déchets sont **l'obtention d'aides financières de l'Etat afin de mettre en œuvre cette démarche (17 %), et un appui technique dans la mise en place de cette démarche (13 %).**

5.6 Résultats bruts : Remarques

5.6.1 Nous recherchons des initiatives exemplaires en matière de reprise des matériaux, de réemploi et de vente de matériaux voire de sensibilisation des clients par les distributeurs en région PACA ; en connaissez-vous ?

Réponses	Effectifs	%
Oui (Donner des précisions sur l'enseigne/porteur de projet, localité, contact, etc.)	29	10 %
Non	251	90 %
Nombre de réponses	280	

La quasi-totalité des distributeurs interrogés (90 %) ne connaissait pas d'initiatives exemplaires en matière de reprises des déchets et de recyclage / réemploi des matériaux dans la région.

6 Analyses croisées

6.1 Géographie \cap pratiques

- Parmi les répondants qui ont affirmé être sensibles à l'impact environnemental des matériaux qu'ils vendent (64 %), le département Bouches-du-Rhône est le plus représenté (37 %), suivi des Alpes Maritimes (28 %), et du Var (18 %).
- Parmi les distributeurs qui **vendent des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage** (31 %), 41 % se situent dans les Bouches-du-Rhône, 25 % dans les Alpes Maritimes, et 21 % dans le Var.
- Parmi les distributeurs qui ont une **politique de reprise des déchets** (34 %), 32 % se situent dans le Var, 31 % dans les Bouches-du-Rhône, et 22 % dans les Alpes Maritimes.

L'ensemble de ces chiffres sont cohérents avec la représentativité des départements dans l'échantillon de travail, il n'y a donc *a priori* aucune influence de la géographie dans les pratiques des distributeurs.

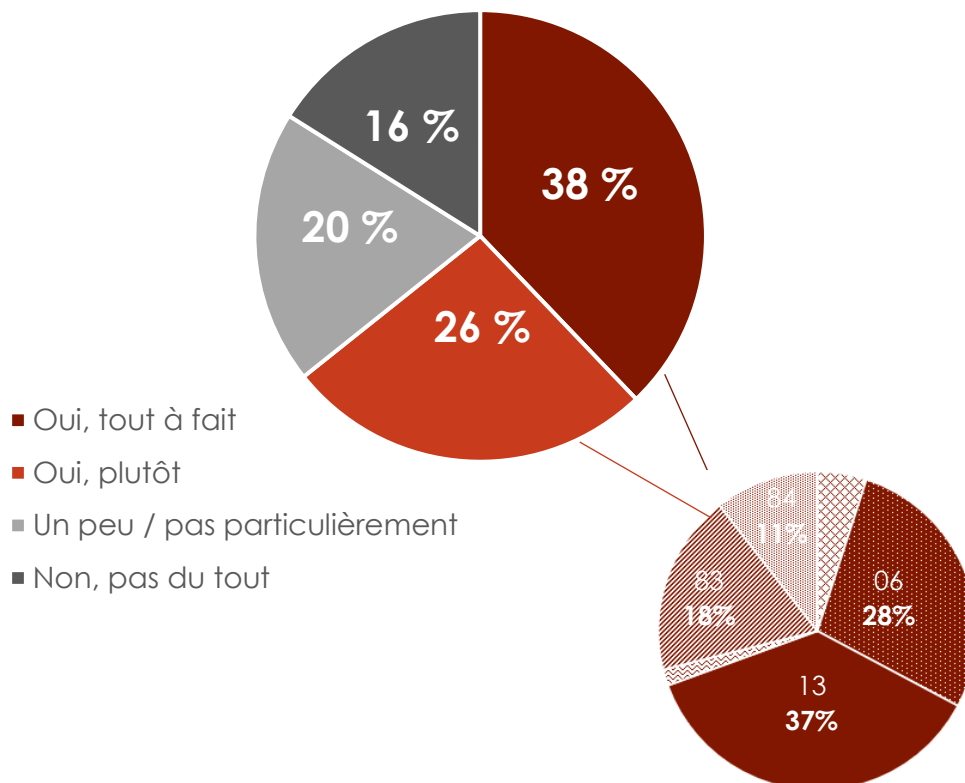


Figure 5 : Sensibilité à l'impact environnemental

6.2 Statut du distributeur (indépendant ou enseigne) \cap pratiques

62 % des distributeurs indépendants et 66 % des distributeurs sous enseigne interrogés se disent sensibles à l'impact environnemental des matériaux qu'ils vendent.

Si l'on recode les réponses « ne sait pas » comme négative « Non, pas de vente de matériaux issus du recyclage/réemploi », alors 30 % des distributeurs indépendants et 32 % des distributeurs sous enseigne interrogés vendent des matériaux issus du réemploi et / ou du recyclage.

- Le statut du magasin (indépendant ou sous enseigne) n'influence donc pas la pratique de vente de produits issus de l'économie circulaire, environ 1 distributeur sur 3 les inclut dans son catalogue.
- Le catalogue des distributeurs étant contraints par ceux de leurs fournisseurs et ces deux populations ayant des sensibilités environnementales similaires, il est peu surprenant de ne pas observer de grandes différences dans la vente de matériaux issus du recyclage/réemploi.

28 % des distributeurs indépendants et 39 % des distributeurs sous enseigne interrogés ont une politique de reprise des déchets.

- Statistiquement, **le statut du magasin n'influe pas sur la fourniture d'un service de reprise des déchets. Une tendance se dégage malgré tout ($p = 0,06$) où les points de vente affiliés à des enseignes semblent être plus prompts à reprendre les déchets (39% contre 28% les indépendants)**. Ce résultat n'est pas surprenant puisque les magasins sous enseigne sont les plus susceptibles, du fait d'une politique au niveau du groupe ou de la taille de leur point de vente, d'être soit dans le périmètre de la loi (obligation de reprise des déchets) soit de posséder un foncier suffisant pour accueillir un service de reprise.

6.3 Vente de matériaux recyclés \cap reprise des déchets

31 % des magasins interrogés vendent des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage, et 34 % ont une politique reprise des déchets.

Seuls 13 % des distributeurs interrogés proposent les deux services simultanément.

- Il n'existe pas de corrélation entre ces deux services ($p = 0,08$) mais une tendance se dégage.

Les distributeurs se répartissent comme suit :

- 50% d'entre eux ne proposent ni de matériaux recyclés ni de reprise des déchets.
- 19% d'entre eux proposent uniquement un service de reprise des déchets.
- 18% d'entre eux proposent uniquement des produits issus du recyclage.
- 13% d'entre eux proposent pratiquent les deux.

La moitié des distributeurs sont engagés d'une manière ou d'une autre dans l'économie circulaire du bâtiment en proposant des produits issus d'une valorisation matière et/ou en se chargeant de récupérer les déchets.

6.4 Code NAF \cap pratiques

- Seuls 34 % des distributeurs interrogés ont une politique de reprise des déchets. Ce sont les commerces de gros de bois et de matériaux de construction (NAF : 4673A) qui contribuent le plus à la reprise des déchets, puisqu'ils représentent 65 % des distributeurs proposant ce service.
- 31 % des distributeurs vendent des produits issus du réemploi et/ou du recyclage. De même, les commerces de gros de bois et de matériaux de construction (NAF : 4673A), représentant 77 % d'entre eux, contribue largement à ce résultat, suivi par les commerces de détail de quincaillerie, peintures et verres d'une surface supérieure à 400 m² (code NAF : 4752B, 11 %).

Ces résultats sont cohérents avec le fait que les commerces de gros de bois et de matériaux de construction constituent 67 % de notre échantillon de travail.

6.5 Sensibilité environnementale \cap pratiques

- 44 % des distributeurs qui se disent sensibles à l'impact environnemental des matériaux qu'ils vendent proposent dans leur point de vente des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage.
- 38 % des distributeurs qui se disent sensibles à l'impact environnemental des matériaux qu'ils vendent ont une politique de reprise des déchets.

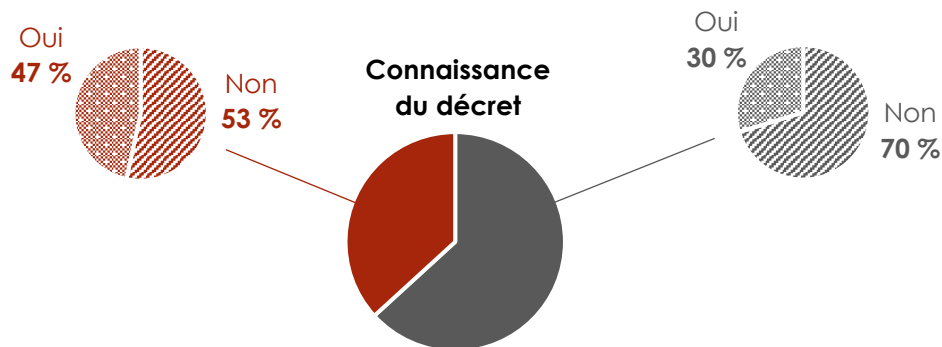
La sensibilité à l'impact environnemental des matériaux vendus n'implique pas toujours la mise en œuvre d'actions concrètes. En effet, la vente de matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage et la reprise des déchets sont mises en place par 44 % et 38 % des distributeurs qui se disent sensibles à l'impact environnemental des matériaux qu'ils vendent.

6.6 La vente de matériaux recyclés \cap perception du développement du marché

- Plus des trois quarts (76 %) des distributeurs qui vendent des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage contre 43% de ceux qui n'en vendent pas pensent que ce marché va être amené à se développer.

Les distributeurs qui vendent des matériaux issus du réemploi et/ou du recyclage ont plus tendance à percevoir des opportunités de développement de ce type de matériaux dans les années à venir que ceux qui n'en vendent pas.

6.7 Connaissance de l'obligation \cap reprise des déchets



Seuls 37 % des répondants ont connaissance de l'obligation pour certains distributeurs professionnels de reprendre les matériaux de construction déposés par les artisans du bâtiment (Décret n°2016-288 du 10 mars 2016). La connaissance de cette obligation ne donne pas lieu à la mise en place d'un service de reprise des déchets dans plus de la moitié des cas (53 %). Toutefois, il existe une corrélation statistiquement significative entre les deux variables ($p < 0,001$), ainsi **les distributeurs connaissant le décret sont plus susceptibles de proposer un service de reprise des déchets du bâtiment.**

Ceci suggère fortement le besoin de sensibiliser les distributeurs à leur rôle potentiel au sein de l'économie circulaire afin d'en augmenter leur participation.

6.8 Reprise des déchets \cap perception de l'attractivité

- 58 % des distributeurs considèrent que proposer un service de reprise des déchets n'augmente pas l'attractivité des commerces.
- 62 % des distributeurs qui n'ont pas de politique de reprise des déchets estiment que ce service n'augmente pas l'attractivité d'un distributeur de matériaux. Plus de la moitié (51 %) des distributeurs qui ont une politique de reprise des déchets rejoignent ce point de vue.

Proposer un service de reprise des déchets n'apparaît pas forcément comme un élément d'attractivité qui générerait davantage de trafic clientèle.

6.9 Reprise des déchets \cap leviers identifiés

- Les distributeurs ne reprenant pas les déchets ont cités comme leviers :
 - A 18 % l'obtention de subventions comme une aide bienvenue dans la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets.
 - A 14 % un appui dans la gestion technique et pratique de la démarche sur leur site.
 - A 7 % un accompagnement à la mise en œuvre du circuit

- Toutefois, la majeure partie des répondants n'entrevoient pas la manière de développer la reprise des déchets (49 % des réponses).
- Les distributeurs reprenant les déchets ont cité comme leviers :
 - A 19 % l'obtention de subventions comme une aide bienvenue dans la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets.
 - A 14 % un appui dans la gestion technique et pratique de la démarche sur leur site.
 - A 12 % un accompagnement à la mise en œuvre et *a ex-aequo la démonstration de la viabilité économique de la démarche.*
 - En majorité toutefois, les répondants n'entrevoient pas les moyens de développer la reprise de déchets (30 % des réponses).

Dans l'ensemble, 46% des distributeurs n'identifient pas de leviers de développement de la reprise des déchets.

La mise en œuvre effective d'un service de reprise des déchets n'influence pas la perception des principaux leviers nécessaires au développement de cette pratique soit au sein de leur point de vente ou plus généralement au niveau du secteur. Les deux principaux étant l'obtention de crédits ou de subventions pour pallier aux coûts afférents à ce service et un appui ou un accompagnement dans la gestion ordinaire d'un tel service.

Toutefois, il est à noter que dans les deux cas, la majorité des réponses reflétait une absence d'avis en matière de développement de la filière.

7 Questionnaire d'enquête

Page d'accueil

Soutenu et financé par :



R3D PACA : Reprise, Réutilisation et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur les pratiques de reprise des déchets et de vente de matériaux issus du réemploi et du recyclage par les négociants

Une enquête créée et administrée par Nomadéis



Cabinet de Conseil en Environnement et Développement Durable

Cette enquête ne prend qu'environ 7 à 8 minutes à remplir

Signalétique

- **Quel est votre secteur d'activité/code NAF ? ***
 - a. Intermédiaires du commerce en bois et matériaux de construction (code NAF : 4613Z)
 - b. Commerce de gros de bois et de matériaux de construction (code NAF : 4673A)
 - c. Commerce de gros d'appareils sanitaires et produits de décoration (code NAF : 4673B)
 - d. Commerce de gros de quincaillerie (code NAF : 4674A)
 - e. Commerce de gros de fournitures pour la plomberie et le chauffage (code NAF : 4674B)
 - f. Commerce de gros non spécialisé (code NAF : 4690Z)
 - g. Commerce de gros de déchets et débris (code NAF : 4677Z)
 - h. Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin < 400 m²) (code NAF : 4752A)
 - i. Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (surface de magasin > 400 m²) (code NAF : 4752B)
 - j. Autre (*Préciser*)

- **Quel est le nom de votre magasin ?**

- **Dans quel département se situe votre magasin ***
 - a. Alpes de Haute Provence (04)
 - b. Hautes Alpes (05)
 - c. Alpes Maritimes (06)
 - d. Bouches-du-Rhône (13)
 - e. Var (83)
 - f. Vaucluse (84)
 - g. Autre (*Préciser*)
- **Quel est votre métier/position au sein du magasin ?**
 - a. Cadre de l'enseigne au niveau départemental/régional
 - b. Directeur(rice) ou gérant(e)
 - c. Manager / chef de rayon
 - d. Vendeur(se) / conseiller(e) d'achat
 - e. Hôte(sse) de caisse ou d'accueil
 - f. Autre

Vente de produits issus du réemploi/réutilisation ou du recyclage

- **Est-ce que vous êtes sensible à l'impact environnemental des matériaux que vous vendez ? ***
 - a. Oui, tout à fait
 - b. Oui, plutôt
 - c. Un peu / pas particulièrement
 - d. Non, pas du tout
- **Si « Oui, tout à fait » ou « Oui, plutôt » est sélectionné, A quel(s) aspect(s) êtes-vous plus particulièrement sensible ? (3 réponses possibles maximum)**
 - a. Matériaux recyclés
 - b. Matériaux biosourcés
 - c. Matériaux locaux (circuits courts)
 - d. Matériaux à haute performance énergétique
 - e. Matériaux bénéficiant de l'Ecolabel Européen
 - f. Matériaux à faible toxicité
 - g. Autre (préciser)
- **Proposez-vous des produits issus du réemploi ou du recyclage dans votre magasin ?***
 - a. Oui, je propose des produits des deux types

- b. Oui, des produits issus du recyclage
- c. Oui, des produits issus du réemploi
- d. Non
- e. Ne sait pas

Si réponse « Oui » à la question de la vente de produits recyclés/de réemploi

- **Quels types de matériaux issus du réemploi ou du recyclage proposez-vous ? (plusieurs réponses possibles)**
 - a. Béton (*Granulats, éléments architecturaux, etc.*)
 - b. Pierre (*Fondation, mur, etc.*)
 - c. Fer (*Poutre, parement, etc.*)
 - d. Briques
 - e. Bois (*Parements, mobilier, charpente, etc.*)
 - f. Verre (*Décoration, fenêtre, etc.*)
 - g. Ameublement
 - h. Produits de chauffage, sanitaires, robinetterie
 - i. Petite quincaillerie
 - j. Autre (*Préciser*)

- **D'où est issue la décision de proposer des matériaux issus du réemploi/recyclage à la vente ?**
 - a. Décision du magasin
 - b. Décision du siège / régionale / nationale
 - c. Je ne sais pas

- **Précisions (retours qualitatifs si pertinents) :**

- **Pour quelle(s) raison(s) proposez-vous des matériaux issus du réemploi/recyclage ? (3 réponses possibles maximum)**
 - a. Convictions écologiques
 - b. Demande de la clientèle
 - c. Alignement sur la concurrence
 - d. Stratégie commerciale
 - e. Qualité du produit
 - f. Contrainte réglementaire
 - g. Autre (*Préciser*)
 - h. Ne sait pas

Si réponse « Non » à la vente de matériaux recyclés ou issus du réemploi

- **Pour quelle(s) raison(s) ne proposez-vous pas des matériaux issus du réemploi/recyclage ? ***
(plusieurs réponses possibles)
 - a. Surcoût des matériaux
 - b. Mauvaise image de ces matériaux
 - c. Pas de demande de la part de la clientèle
 - d. Inaptitudes / contraintes techniques
 - e. Problème de certification ou de mise aux normes des produits
 - f. Contraintes logistiques d'approvisionnement
 - g. Contraintes réglementaires ou d'assurabilité
 - h. Autre (*Préciser*)
 - i. Ne sait pas

Vente de produits recyclés – Questions de perceptions communes

- **Au cours des 5 prochaines années, vous estimez que la vente de produits issus du réemploi/recyclage aura tendance à : ***
 - a. Augmenter
 - b. Diminuer
 - c. Rester stable
 - d. Ne sait pas

- **Quels seraient les leviers qui vous permettraient de mettre en œuvre / de renforcer ou faciliter la vente de produits issus du réemploi ou recyclage dans votre magasin ? ***

Pratiques de reprise de déchets

- **Connaissez-vous l'obligation pour certains distributeurs Pro de reprendre gratuitement les matériaux de construction déposés par les artisans du bâtiment ? *** (*Décret n° 2016-288 du 10 mars 2016*) *
 - a. Oui
 - b. Non

- **Votre magasin met-il en œuvre une politique de reprise des déchets ? ***
 - a. Oui, pour tous les publics
 - b. Oui, pour les professionnels uniquement
 - c. Oui, autre situation (*Préciser*)
 - d. Non

Si réponse « Oui, pour tous les publics » ou « Oui, pour les professionnels uniquement » à la question de la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets

- **Pour quelle(s) raison(s) votre magasin reprend les déchets ? *** (*plusieurs réponses possibles*)
 - a. Contrainte réglementaire
 - b. Convictions écologiques
 - c. Intégré au modèle d'affaire du magasin
 - d. Demande de la clientèle
 - e. Initiative personnelle ou de la direction/ stratégie du magasin/ positionnement par rapport aux concurrents
 - f. Autre (*Préciser*)

- **Quelle(s) solution(s) proposez-vous à vos clients ? *** (*plusieurs réponses possibles*)
 - a. Mise à disposition de « bigbags » ou de bennes sur le point de vente
 - b. Conventionnement avec un opérateur public
 - c. Conventionnement avec un opérateur privé
 - d. Collecte sur le chantier du client
 - e. Déchetterie/recyclerie professionnelle sur le point de vente
 - f. Autre (*Précisez*)

- **Quel(s) type(s) de matériau(x) reprenez-vous ? *** (*plusieurs réponses possibles*)
 - a. Tous
 - b. Déchets inertes (*Béton, pierre, tuile, verre, etc.*)
 - c. Déchets non-inertes non-dangereux (*Bois, ameublement, plastique, métaux, etc.*)
 - d. Déchets dangereux (*Amiante, bois traité, peinture/vernis, etc.*)
 - e. Ne sait pas

- **Refusez-vous certains types de matériaux ?**
 - a. Oui (*Lesquels ?*)

- b. Non
 - c. Ne sait pas
- **Les déchets que l'on vous rapporte sont généralement : ***
 - a. Triés (tri 5 flux ...)
 - b. En vrac
 - c. Les deux cas surviennent aussi fréquemment
 - **A quelle fréquence vous rapporte-t-on des déchets ?**
 - a. Au moins une fois par jour
 - b. Au moins une fois par semaine
 - c. Seulement de temps en temps
 - d. Ne sait pas
 - **Avez-vous une estimation de la quantité de déchets que l'on vous rapporte ou du nombre d'entreprises qui vous en rapportent ? (plusieurs réponses possibles)**
 - a. Oui, pour la quantité de déchets (*Fournir une estimation et si celle-ci est par jour/semaine/mois/an*)
 - b. Oui, pour le nombre d'entreprises (*Fournir une estimation et si celle-ci est par jour/semaine/mois/an*)
 - c. Non, ni l'un ni l'autre
 - **Facturez-vous, d'une manière ou d'une autre, le dépôt des déchets ? * (Plusieurs réponses possibles)**
 - a. Oui, facturation au poids
 - b. Oui, facturation à l'abonnement
 - c. Oui, facturation par un autre moyen (*Préciser*)
 - d. Non, nous ne facturons pas
 - **Triez-vous les déchets qui vous sont rapportés ?**
 - a. Oui
 - b. Seulement certaines catégories
 - c. Non
 - **En général, que faites-vous des déchets qui vous sont retournés ? * (Plusieurs réponses possibles)**
 - a. Envoi en décharge publique ou privée (*Centre de transit/tri/regroupement*)
 - b. Vente à des plateformes de valorisation/acteurs du recyclage
 - c. Envoi sur des installations de stockage (*ISDI, ISDND, ISDD*)
 - d. Vente à des acteurs spécialisés dans le réemploi
 - e. Recours à un collecteur
 - f. Transformation et/ou reconditionnement puis revente en magasin
 - g. Autre (*Préciser*)

Si réponse « Non » à la question sur la mise en œuvre d'une politique de reprise des déchets

- **Votre magasin ne reprend pas les déchets car : *(3 réponses possibles maximum)**
 - a. Présente des problèmes de gestion et/ou de sécurité sur site
 - b. Enjeux pour mettre en œuvre un circuit assurant un débouché pour ces déchets
 - c. Représente un coût trop important
 - d. Pas l'espace sur le site
 - e. Pas de demande de la part des clients (*Particuliers ou pros*)
 - f. Pas contraint par la loi
 - g. Enjeux d'assurance
 - h. Autre (*Préciser*)

- **Envisagez-vous de proposer ce service à votre clientèle dans les mois à venir ? ***
 - a. Oui, pour tous types de produits/matériaux que le magasin offre
 - b. Oui, mais uniquement pour certains types de produits/matériaux (*Préciser*)
 - c. Non
 - d. Ne sait pas

Reprise des déchets – questions communes

- **De manière générale, est-ce que vous pensez qu'offrir un service de reprise des déchets augmente l'attractivité d'un distributeur de matériaux/commerce / génère plus de trafic clientèle ? ***
 - a. Oui
 - b. Non
- **Quels seraient les leviers qui vous permettraient de mettre en œuvre / de renforcer ou faciliter la reprise de déchets de chantier sur site ? *(3 réponses possibles maximum)**
 - a. Assurance/démonstration de la viabilité économique de la démarche
 - b. Mise en relation avec des intermédiaires / des acteurs économiques pour mettre en œuvre un circuit de distribution/ dépôt
 - c. Obtention de crédits/subventions pour la mise en œuvre et le maintien de la démarche
 - d. Appui dans la gestion technique et pratique de la démarche sur site (identifier la dimension et le type d'espace requis, organisation interne, etc.)
 - e. Autre (*Préciser*)

Remarques

- **Nous recherchons des initiatives exemplaires en matière de reprise des matériaux, de réemploi et de vente de matériaux voire de sensibilisation des clients par les distributeurs en région PACA, en connaissez-vous ? (Donner des précisions sur l'enseigne/porteur de projet, localité, contact, etc.)**
 - Non
 - Oui (*Donner des précisions sur l'enseigne/porteur de projet, localité, contact, etc.*)

- **Avez-vous des remarques ou des commentaires concernant cette enquête ? Si oui, veuillez indiquer vos remarques ici :**

- **Souhaitez-vous nous laisser vos coordonnées afin d'être tenu informé des résultats de l'étude ?**



Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur



filidechet

Le projet Batiflux 4 :Reprise, Réemploi et Revente de matériaux de construction par les Distributeurs de matériaux en Provence-Alpes-Côte-d'Azur bénéficie du soutien technique et financier du programme FILIDECHET (ADEME Provence-Alpes-Côte d'Azur et Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur)