
AVIS

Avant-projet d'ordonnance portant modification de l'ordonnance du 14 juin 2012 relative aux déchets

Demandeur	Ministre Alain Maron
Demande reçue le	17-07-23
Avis adopté par le Conseil de l'Environnement le	12-10-23

Préambule

Le 17/07/2023, le Conseil de l'Environnement (ci-après « le Conseil ») a été saisi d'une demande d'avis par le Gouvernement sur l'avant-projet d'ordonnance portant modification de l'ordonnance du 14 juin 2012 relative aux déchets.

Par la présente modification, le Gouvernement souhaite mettre en place une prévention renforcée de la production de déchets en agissant à la source de la distribution de biens. La modification, qui découle de la Déclaration de politique régionale et du Plan de Gestion des Ressources et des Déchets (PGRD), se porte sur les trois dossiers suivants :

- L'obligation du don d'invendus alimentaires pour certaines grandes surfaces à des associations caritatives ;
- L'introduction de procédures réglementaires visant à reconnaître le statut de fin de déchets en Région de Bruxelles-Capitale ;
- L'introduction d'une habilitation gouvernementale permettant à l'avenir d'interdire la distribution de publicité sauf en cas d'apposition volontaire d'un autocollant « Oui Pub » sur les boîtes aux lettres (avec une attention particulière pour la distribution de publicité dans les immeubles à appartements).

Avis

1. Considérations générales

1.1 Obligation du don d'invendus alimentaires

Le Conseil félicite le Gouvernement pour cette initiative de soutenir des personnes dans le besoin. **Le Conseil** soutient l'objectif de donner priorité aux dons aux plateformes mettant en lien les organisations caritatives et les commerçants. **Le Conseil** prend note que le seuil minimal de 1.000 m² (pour les grandes surfaces étant soumises à l'obligation du don) a été choisi pour cette première démarche, ce qui permet que les dispositions à mettre en œuvre pour respecter cette nouvelle obligation l'aient été dans un cadre de concertation sociale clair (avec un conseil d'entreprise, un comité pour la prévention et la protection au travail (CPPT), un conseiller en prévention, etc.). Toutefois, pour **le Conseil**, le cadre mis en place par la présente modification devrait également servir à sensibiliser et inciter les commerces locaux à s'inscrire dans une démarche semblable de don d'invendus alimentaires.

Etant donné les mesures déjà en place dans le secteur (qui permettent d'améliorer la logistique, de diminuer les déchets et qui prévoient déjà de collaborer avec les associations existantes), **le Conseil** estime qu'une interdiction de mise au rebus d'aliments (encore comestibles) pourrait à terme être envisagée, sur la base de données statistiques fiables et publiques afin de déterminer la contribution de l'interdiction à l'objectif de diminution des déchets alimentaires. De plus, le don devrait être atteint grâce aux collaborations avec les organisations caritatives et une organisation logistique dans toute la chaîne de production, de vente et de consommation.

Le Conseil rappelle l'importance du soutien au secteur de l'aide alimentaire qui doit être une priorité pour les autorités publiques et ne peut dépendre uniquement d'inventus éventuels dans le commerce. En premier lieu, il y a lieu d'objectiver les besoins des organisations et les difficultés rencontrées. Les organisations caritatives doivent être accompagnées afin d'assurer leur capacité à prendre en charge les inventus. Cependant, l'aide alimentaire ne peut pas uniquement dépendre des inventus : les personnes qui font appel à cette aide doivent pouvoir avoir accès à une variété d'aliments de qualité.

Le Conseil estime que la disposition prévoyant de permettre le prélèvement des inventus jusqu'à 1 jour avant la date de péremption des produits pourrait poser des problèmes logistiques. Il conviendrait de lister en amont les produits qui n'intéressent pas les organisations caritatives pour éviter que ces produits soient des déchets une fois dans les mains des organisations.

Le Conseil s'interroge quant à l'impact de cette obligation précoce de don des inventus alimentaires sur les systèmes de « vente rapide » organisés par les supermarchés afin d'écouler leurs produits frais. En effet, de nombreux consommateurs ne recourant pas à l'aide alimentaire mais étant néanmoins confrontés à des difficultés financières ou étant dans des situations précaires comptent sur ces systèmes afin de bénéficier de réductions de prix.

Si l'objectif de réduction des déchets alimentaires est à souligner positivement, **le Conseil** attire l'attention sur le fait que la réduction des déchets doit, dans le secteur alimentaire comme dans tous les autres secteurs, se faire plus en amont dans la chaîne de mise en vente et en aval auprès du consommateur. A terme, les commerces évolueront vers un système qui produit moins d'aliments inventus. **Le Conseil** rappelle encore qu'il est primordial d'évoluer vers un mode de consommation plus sobre et mieux adapté aux besoins réels des consommateurs.

1.2 Habilitation d'interdiction de publication de publicité (sauf en cas d'apposition d'un autocollant « Oui Pub »)

Le Conseil prend note que la possibilité d'interdire la publication de publicité (sauf en cas d'apposition volontaire d'un autocollant « Oui Pub » sur la boîte aux lettres) fait partie du Plan régional de Gestion des Déchets et des Ressources (PGRD) : cette mesure est une concrétisation de l'objectif (objectif opérationnel 2.1 du PGRD) du Gouvernement de faire évoluer la prise de conscience des citoyens par rapport aux impacts environnementaux de leur mode de vie, et de lutter contre la surconsommation en limitant la publicité excessive. L'objectif opérationnel 2.1 s'inscrit à son tour dans l'objectif stratégique 2 du PGRD, « *Transformer les pratiques de consommation des ménages et les encourager vers le zéro déchet* », objectif essentiel aux yeux **du Conseil** (voir ci-dessus).

Le Conseil remarque que l'interdiction de publication de publicité ne ferait pas que lutter contre la surconsommation, mais elle engendrerait également des économies de papier importantes. **Le Conseil** estime qu'une telle mesure enverrait un message environnemental fort : la publicité papier gratuite non ciblée ne devrait pas être la norme ; les habitants ont le droit de choisir quelle publicité ils reçoivent et dès lors, quels déchets papier ils génèrent. Un inversement du paradigme (du « Stop Pub » vers le « Oui Pub ») devrait logiquement augmenter les économies de papier comparativement au système actuel du « Stop Pub ». Dans ce dernier système, les économies potentielles sont déjà importantes : selon le rapport d'activité intermédiaire 2021 du PGRD¹ rédigé par Bruxelles Environnement, si chacun des ménages ne souhaitant pas recevoir de publicité dans sa boîte aux

¹ https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/BRO_FR_NEW.pdf.

lettres apposait un autocollant « Stop Pub », cela représenterait 16 kg de papier ainsi économisés par ménage par an. Pour 563.882 ménages à Bruxelles², plus de 9.000.000 kg de déchets papier (563.882*16) pourraient être évités annuellement. Quitte à produire et distribuer de la publicité papier, **le Conseil** estime qu'il vaut mieux que la population qui la reçoit la lise et visite un point de vente (qu'il soit physique ou digital), plutôt que de la jeter.

Le Conseil attire l'attention sur la mise en place d'une expérimentation du dispositif « Oui Pub » en France pour limiter la diffusion de prospectus dans les boîtes aux lettres³ (bilan de l'expérimentation prévu pour 2025). La ville d'Amsterdam, quant à elle, est déjà passée au « Oui Pub » en 2018⁴ et la Région flamande a prévu le « Oui Pub » dans son « Materialenplan ».⁵ Il est donc pertinent de se demander si, au-delà des considérations environnementales et liées à la (sur)consommation, la Région bruxelloise ne devrait pas également suivre cette même évolution pour être en phase avec les villes avoisinantes.

Puisque, par la présente modification, il s'agit uniquement d'une habilitation d'un éventuel passage au « Oui Pub » sans préciser si et quand cette mesure pourrait être mise en place, **le Conseil** souhaite finalement recevoir des précisions concernant les intentions du Gouvernement à ce niveau. De quoi dépendrait une éventuelle mise en œuvre ? Est-ce qu'une expérimentation comme en France aura lieu ? Quels sont les systèmes de mesure et de suivi chiffrés qui seraient mis en place pour évaluer le volume de publicité qui disparaîtrait ?

Quelle que soit la situation, **le Conseil** suggère finalement que la communication autour de tous les actes de gestion des déchets soit globale et cohérente, et très accessible à toutes les catégories de la population.

*

* *

2 Mini-Bru 2023 publié par l'Institut Bruxellois de Statistiques et d'Analyses de perspective.brussels (IBSA), https://ibsa.brussels/sites/default/files/publication/documents/Perspective_Brussels-Mini-Bru2023FR.pdf

3 Art. 21 de la Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

4 <https://www.jaja-sticker.nl/>

5 <https://ovam.vlaanderen.be/lokaal-materialenplan-2023-2030>