

L'idée innovante

Faire signer aux enseignes de jardinage une Charte « Jardinez au naturel » pour limiter les ventes de pesticides et encourager les articles dits « alternatifs plus respectueux de l'environnement et de la santé.

L'objectif recherché

L'objectif est de sensibiliser l'utilisateur de pesticides lors de l'acte d'achat, en lui proposant des techniques alternatives.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

Le projet porte sur l'aire géographique concernée à la fois par les productions et les distributions de l'eau potable rennaise, soit 2 000 Km², 120 communes, 420 000 habitants.

La démarche mise en œuvre a été celle d'une démarche projet :

- pilotage par un groupe projet constitué des 2 collectivités locales maîtres d'ouvrages du projet (SMPBR et Rennes Métropole) et de la Maison de la Consommation et de l'Environnement (MCE),
- concertation avec tous les partenaires : les services de l'Etat (DDCCRF), et les 33 enseignes de jardinage signataires,
- diagnostic partagé de la situation de départ,
- élaboration du programme d'actions, et écriture de la charte,
- mise en œuvre du programme,
- évaluation et adaptation du programme

La particularité du projet réside aussi dans la coopération avec les services de l'Etat. Le groupe de travail "produits phytosanitaires" de la DDCCRF est devenu le comité de suivi de la charte.

Le contenu de la réalisation

Plusieurs engagements découlent de la Charte « Jardinez au naturel » mise en place en 2005:

Pour les pouvoirs publics et les associations

- proposer des formations sur les solutions sans pesticides à l'intention des vendeurs
- concevoir et mettre à disposition des enseignes des outils de communication pour promouvoir les solutions sans pesticides
- prendre en charge un plan de communication afin d'accentuer l'information du grand public
- promouvoir les solutions sans pesticides
- promouvoir les enseignes signataires de la charte.

Pour les enseignes signataires

- avoir au moins un vendeur formé aux techniques sans pesticides
- décliner dans la surface de vente les supports de communication de la charte
- apporter à chaque client demandeur d'un conseil en produits phytosanitaires une information sur les risques et sur les solutions sans pesticides
- fournir les données liées aux ventes des produits phytosanitaires et des solutions sans pesticides afin de permettre l'évaluation de la charte
- créer un temps fort, une animation visant la promotion des solutions sans pesticide à l'aide des supports mis à disposition dans le cadre de la charte

Les moyens humains et financiers

SMPBR : un technicien territorial chargé de la protection des ressources en eau à 25% de son temps la 1ère année, 15% par la suite

Rennes métropole : un chargé de mission environnement à 25% de son temps la 1ère année, 15% par la suite % de son temps

MCE : un chargé de mission à 25% de son temps la 1ère année, 15% par la suite

Budget total (moyens humains, communication et formations) : 63 500 € la première année, 37 000 € à partir de la 2ème année.

Le coût pour le SMPBR est de 40% des sommes engagées.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

Il s'agit d'un accord « gagnant-gagnant » entre :

- les collectivités publiques soucieuses de la qualité des eaux notamment pour produire distribuer une eau potable de qualité, et de la préservation de l'environnement,
- les associations de défense de l'environnement et des consommateurs dans leur rôle militant
- et les enseignes attachées à leur développement commercial mais néanmoins sensibles à la dimension éthique et à leur responsabilité.

L'évaluation complète est réalisée annuellement depuis 2005. Elle se fait par enquêtes exhaustives : appréciation des jardinerie concernant les supports de communication et les formations, enquête sur un panel de clients des jardinerie signataires et non signataires, collecte et traitement des chiffres d'affaires et des ventes des jardinerie, ...qui montrent :

- une tendance significative à la baisse du chiffre d'affaire des pesticides et une nette augmentation du chiffre d'affaire des techniques alternatives visées par la charte,
- des conseils clients nettement améliorés depuis l'année de lancement de l'opération et mieux appréciés que ceux donnés dans les enseignes non signataires

Suite au succès rencontrés sur Rennes et ses bassins versants, un important travail de transposition de la démarche à d'autres collectivités a été réalisé via la création d'un guide méthodologique.

Le logo et le slogan "Jardiner au naturel, ça coule de source" ont été déposés à l'INPI en 2008 pour une durée de 10 ans.

Les outils développés sont mis à disposition gratuitement. La démarche est en cours d'extension auprès d'une vingtaine de collectivités de la région Bretagne. 80 enseignes de jardinage sont déjà engagées. Des collectivités d'autres régions demandent un accompagnement (Montpellier, Lille, Besançon, Vendée, ...).