

Le zéro déchet Expression durable ?

Une analyse de Adeline de Wilde



: indique un lien consultable dans l'Internet

| *Il faut faire attention, c'est en train de devenir une mode.*

Rossano ERCOLINI, fondateur du mouvement Zero Waste en Italie

Introduction

Zéro déchet. Une expression radicale, quasi institutionnalisée et de plus en plus populaire. Plus qu'une expression même, le « zéro déchet » (en anglais *zero waste*) a pris la forme, ces dernières années, de mouvements spontanés émergeant aux quatre coins du globe. Il peut s'agir d'entreprises, de démarches individuelles et citoyennes ou de politiques. Quel que soit l'aspect qu'ils revêtent, ces mouvements revendiquent le même objectif : ne plus produire de déchets. Ou du moins les minimiser, car l'objectif zéro est vraisemblablement inatteignable.

Depuis les années 2010, le mouvement zéro déchet a pris de l'ampleur. Les gens se sont approprié la formule, qu'on retrouve par exemple matraquée sur Instagram près de deux millions de fois (avec le #zerowaste et le #zerodechet). La question se pose toutefois de savoir si cette amplification du phénomène est liée à une réelle prise de conscience de la crise environnementale ou si elle se situe du côté du buzz, à la manière du *hand spinner* et de Pokémon Go. L'enthousiasme associé à la tendance minimaliste et écoresponsable du zéro déchet est-il durable ? Le zéro déchet n'est-il qu'un « mouvement de bobos en transition » ?¹

Pour répondre à ces questions, il va falloir plonger dans les annales du zéro déchet, pour comprendre ce qui a permis à un tel mouvement de s'étendre jusqu'à ce qu'il est devenu aujourd'hui. On s'intéressera aux acteurs principaux qui ont favorisé la popularisation du phénomène et aux actions qui se sont multipliées, tout en faisant un parallèle avec la prise de conscience collective du réchauffement climatique et de l'urgence d'agir.

Il s'agira de repérer dans cet aperçu historique de la première entreprise zéro impact jusqu'à l'avènement de la grande prêtresse du zéro déchet les différents indices de durabilité du mouvement. Ces indices nous permettront de

¹ Propos recueillis lors d'un échange informel entre collaborateurs du CPCP, 18 octobre 2018.

déterminer si derrière le buzz Instagram des bocaux de verre et de l'atmosphère minimaliste se cache un simple effet de mode ou un véritable art de vivre. On évaluera ensuite la pérennité du mouvement en se penchant sur les résultats d'un mode de vie zéro déchet.

I. L'an zéro

Qui a eu un jour l'idée de conceptualiser le zéro déchet ? D'en faire un objectif en soi ? En essayant de remonter aux sources du mouvement, on découvre que la terminologie du « zéro » n'est pas exclusivement réservée au troisième millénaire. Elle apparaît déjà dans les années 1990 et s'inscrit dans un processus de conscientisation de la problématique liée aux déchets plastiques et à l'extraction abusive des matières premières.

Il faut dire que depuis les années 1960, un changement de mentalité s'est opéré dans le chef des consommateurs. Avec l'arrivée du plastique sur le marché débarque également la notion d'« usage unique » des emballages et des contenants. Les entreprises proposent en fait une nouvelle formule aux « ménagères » : fini la vaisselle, de la nappe au gobelet, tout peut être jeté d'un trait. Et une fois jetés à la poubelle, personne ne semble se soucier de ce qu'il advient des déchets sur le court et moyen terme. Les entreprises, ayant déniché là une matière particulièrement rentable, se gardent bien de soulever ce point, d'autant que, jusque-là, la destruction des déchets n'entre pas dans leurs frais.

Pendant qu'aux yeux de la majorité de la population – et particulièrement des industries agroalimentaires – le plastique semble révolutionnaire, une élite intellectuelle et scientifique résiste à l'invasion de polymères.

Ainsi, dès les années 1970, l'ode au plastique en laissant plus d'un circonspect, de premières enquêtes scientifiques sont menées pour en dénoncer l'usage immodéré. Un article paru en 1976 dans la revue *Que Choisir*, dirigée par l'Union fédérale des Consommateurs, vient remettre en cause, par exemple, la multiplication exponentielle des emballages. Si l'article dénonce plus particulièrement l'impact du plastique sur la santé, quelques mois plus tard,

lors d'un débat radiophonique² en réaction à cette allégation, François Ramade attire l'attention sur le *déchet* plastique, le plastique une fois jeté. En tant que professeur d'écologie à Paris et président de la Fédération française des Sociétés de Protection de la Nature, il rappelle les conséquences écologiques du plastique abandonné dans la nature et les désavantages économiques d'une matière qui ne peut être valorisée par le recyclage (à l'inverse du verre).

Si les scientifiques sont conscients de l'impact négatif des déchets plastiques sur l'environnement, leurs avertissements n'empêchent pas les entreprises d'en produire massivement, ni la population d'intégrer le précepte de « l'usage unique ».

À la fin du xx^e siècle néanmoins, un premier grand entrepreneur décide d'inverser la tendance. Ray Anderson, patron de l'entreprise Interface, qui est leader mondial de la production de moquette, a été convaincu par un livre de l'environnementaliste Paul Hawken.³ En 1995, il rassemble ses collaborateurs et leur annonce : « Aujourd'hui, je ne vais pas vous parler de mon entreprise. Je vais vous parler de la planète terre, car elle est en danger »⁴. Selon lui, l'industrie est à la fois la principale coupable du déclin de la biosphère, mais en même temps la seule institution capable de sortir l'humanité de son marasme écologique.⁵ Il dévoile alors le programme *Zero Impact* (qui devient par la suite *Mission Zero*) qu'il souhaite mettre en œuvre au sein de l'entreprise : un business modèle qui s'éloigne du *take-make-waste* (extraction-production-pollution) au profit d'une production écologiquement neutre, moins extractive et moins gaspilleuse. Il fixe toutes les étapes à suivre pour que, d'ici 2020, l'entreprise n'ait plus aucun impact négatif sur la pla-



² O. NANTEAU, *Les emballages plastiques sont-ils nocifs pour la santé ?*, débat organisé par Inter femmes, Paris : Institut National de l'Audiovisuel (INA), 24 juin 1976.

³ P. HAWKEN, *The Ecology of Commerce: A Declaration of Sustainability*, New York : Harper Collin Publishers, 1993.

⁴ R. MASVINGER, *Interface : un business model de référence pour l'économie circulaire ?*, Blog Circul'R, 10 octobre 2017.

⁵ R. ANDERSON, « The business logic of sustainability », conférence TED, février 2009.

nète. Même s'il a pu se targuer d'être un « pilleur [des ressources de la Terre] repenté »⁶, Ray Anderson, décédé en 2011, ne pourra jamais observer le bilan final de son programme ambitieux. Il reste toutefois considéré comme le patron le plus écolo des États-Unis (« *the greenest chief executive in America* »⁷).

Probablement un des premiers instigateurs de la philosophie zéro déchet dans les entreprises⁸, Ray Anderson connaît son revirement écologique alors même que paraissent les deuxième et troisième rapports du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC). Le GIEC, dont le cinquième rapport particulièrement alarmant vient d'être publié (à l'automne 2018), pointe déjà à l'aube du troisième millénaire l'influence de l'homme dans le réchauffement climatique. Ces experts appellent à une mobilisation internationale, politique et citoyenne pour limiter les dégâts de la crise environnementale imminente.

Le zéro déchet fait alors une première apparition dans les débats. Pour certains, ce principe se distinguerait « comme l'un des concepts les plus importants dans le monde des affaires aujourd'hui [1997] »⁹. Le mouvement prend de l'ampleur notamment grâce à l'association américaine *GrassRoots Recycling Network* (GRRN)¹⁰ (Réseau de Recyclage populaire) qui a placé le *zero waste* au cœur de ses activités. Dès 1996, GRRN publie de nombreuses analyses dans lesquelles sont démontrées la faisabilité et la nécessité du zéro déchet dans

⁶ R. ANDERSON, *op. cit.*

⁷ « Obituary : Ray Anderson, the carpet-tile philosopher », *The Economist*, 10 septembre 2011. *Greenest*, sans doute, par rapport aux autres entrepreneurs américains, mais néanmoins pas sans impact, comme l'a souligné Zero Waste France dans son rapport *Moquette, la planète au bout du rouleau*, basé sur une enquête menée par Ecostom Investigative Agency. Le rapport révèle le décalage entre la communication de l'entreprise et la réalité, qui s'éloigne d'un modèle d'économie circulaire sans déchet et sans impact (par exemple, en Europe, Interface ne collecterait qu'1,5 % de ses moquettes usées pour les recycler). *Moquette : la planète au bout du Rouleau. Recommandations pour sortir d'un grand gâchis*, rapport publié par Zéro Waste France et Changing Markets, février 2017.

⁸ Avant Ray Anderson, et à l'origine de la philosophie zéro déchet, on retrouve d'abord le concept industriel japonais à succès du management par la qualité (le *total quality management*). Ce principe rejoint également celui du *zero defects* (zéro défaut), prôné activement par les entreprises japonaises telles que Toshiba. Cette stratégie entrepreneuriale s'est progressivement développée pour passer du *zero defects* au zéro déchet.

⁹ G. FRIEND, *What's New? Nothing. Or More Precisely: Zero*, GRRN, 15 juillet 1997.

¹⁰ « Who we are », Grn.org, 2008, [en ligne :] <http://www.grn.org/page/who-we-are>, consulté le 17 octobre 2018.

la société.¹¹ Même si cela reste aux yeux de certains une « folie absurde » (*outlandish folly*¹²), les intervenants de GRRN constatent que l'idée est prise de plus en plus au sérieux par les décideurs politiques. Le zéro déchet représente une nouvelle approche de conception pour le XXI^e siècle (« *Zero Waste represents a new planning approach for the 21st Century* »)¹³ peut-on lire dans les articles du GRRN. Il est vrai qu'à la transition des années 2000, de nombreuses initiatives concernant le zéro déchet sont menées aux quatre coins du monde (majoritairement toutefois dans le monde anglophone comme la Californie, Washington, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Canada et le Royaume-Uni). GRRN répertorie d'ailleurs avec précision les actions, les résolutions et les associations *zero waste* qui ont vu le jour dans ces pays-là entre 1996 et 2004. On retrouve autant de rassemblements régionaux et de démarches citoyennes que de législations et de plans d'action déterminés sur le long terme par les autorités. Conscients de la pluralité et de la diversité des initiatives lancées de par le monde, les activistes du zéro déchet vont parvenir à mettre en place un dialogue international (*the first Zero Waste dialog*¹⁴) pour rapprocher les différentes instances du mouvement. Cette première rencontre internationale débouchera sur la création officielle d'une *Zero Waste International Alliance* dont le but est d'œuvrer pour un monde sans déchet en promouvant des alternatives positives à l'enfouissement et à l'incinération et en sensibilisant la population aux avantages sociaux et économiques de la démarche zéro déchet.¹⁵

Ainsi, dans certaines régions du monde et dans quelques milieux scientifiques et intellectuels, le début du millénaire se caractérise par un engouement pour le zéro déchet. Ce serait même la prochaine étape dans la *success story* américaine du recyclage (« *Zero waste is the next step in the American success story called recycling* »)¹⁶ affirment certains adhérents.

Pourtant, après la planification d'objectifs zéro déchet, la création d'organisations et de sites internet consacrés à cette thématique, les conférences et les articles d'éminents environnementalistes, l'intérêt de la population pour ce concept faiblit légèrement à la fin de la première décennie des années 2000.

¹¹ « Zero Waste Agenda », *Grrn.org*, 1999, [en ligne :] <http://archive.grrn.org/zerowaste/zerowaste.htm>, consulté le 18 octobre 2018.

¹² G. FRIEND, *op. cit.*

¹³ « Zero Waste Agenda », *op. cit.*

¹⁴ R. ANTHONY, « The Zero Waste International Alliance (ZWIA) : A Chronology », *Zwia.org*, 2015, [en ligne :] <http://zwia.org/aboutus/zwia-history/#ref6>, consulté le 9 octobre 2018.

¹⁵ <http://zwia.org/aboutus>, consulté le 9 octobre 2018.

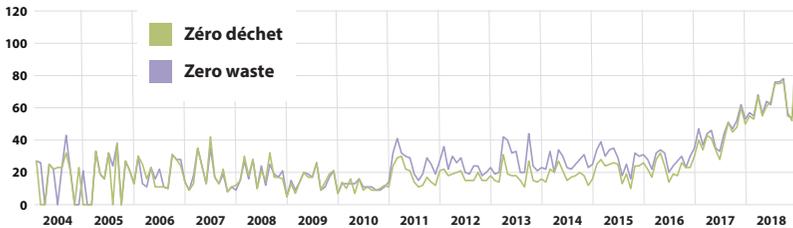
¹⁶ « Zero Waste Agenda », *op. cit.*

Si on observe les tendances Google liées au zéro déchet, on constate effectivement une diminution de l'intérêt pour cette thématique dans les contrées anglophones qui ont fait croître le projet.

Tableaux 1 et 2

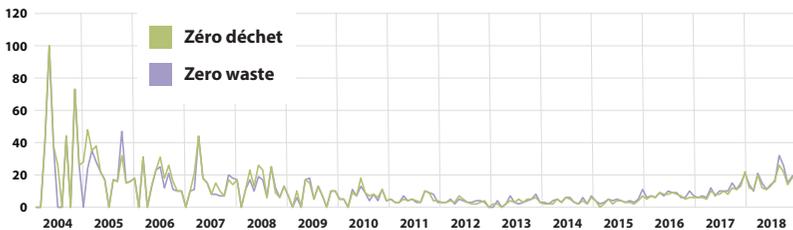
En Californie et en Nouvelle-Zélande, deux régions avant-gardistes en matière de zéro déchet, on observe une baisse de l'intérêt de la thématique « zéro déchet » dans les recherches Google au tournant des années 2010.

Californie



Source : www.trends.google.be

Nouvelle-Zélande

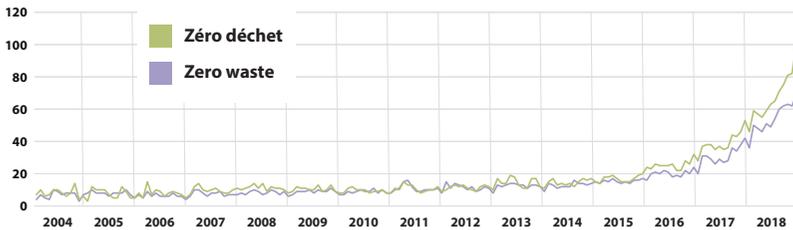


Source : www.trends.google.be

Comment justifier cette baisse d'intérêt pour le zéro déchet ? Les associations manquent-elles de visibilité ? Les législations de suivi ? La crise économique de 2008 aurait-elle évincé des agendas la problématique écologique ?

II. 2014-2018, La Grande Guerre aux déchets

En fait, si les tendances Google révèlent bien une diminution des recherches liées au zéro déchet dans les pays anglophones, elles indiquent également qu'au niveau planétaire, l'attention portée au zéro déchet est globalement stable jusqu'en 2014, date à partir de laquelle le regain d'intérêt est exponentiel.



Source : www.trends.google.be

Il semblerait donc que le concept zéro déchet soit passé des mains d'une poignée de *recycling activists* (dont les projets ont pu s'essouffler ou stagner à la transition des années 2010) à celles d'un plus large public. On peut avancer plusieurs hypothèses à cet essor subit :

- l'arrivée et le déploiement des **réseaux sociaux**, vecteurs de communication beaucoup plus efficaces que ce qui existait auparavant ;
- la publication de la **bible du zéro déchet**, *Zero Waste Home: The Ultimate Guide to Simplifying Your Life by Reducing Your Waste*, rédigée par Bêa Johnson et traduite dans de nombreuses langues ;
- l'**évolution** des modes **de consommation** et des exigences des consommateurs ;
- l'apparition de la génération Y, une **nouvelle génération** qui a grandi dans les années 2000 et qui est déterminée à rompre avec les modèles antérieurs ;
- la **prise de conscience** de plus en plus forte de la **crise environnementale**, incitant à agir de toute urgence.

Cette prise de conscience, depuis les années 2010, est incontestable. Les gens, par le biais de la presse, des médias, de l'enseignement, voire de l'expérience de terrain, se rendent compte des enjeux liés au réchauffement climatique, des dégâts de l'hyperconsommation et de la menace pesant sur les écosystèmes et la biodiversité. Mais cette prise de conscience suffit-elle à bouleverser les comportements ? D'aucuns en doutent, à l'instar de Jean-Baptiste Fressoz, historien des sciences.¹⁷ D'après lui, on ne peut pas miser tout sur la prise de conscience, laquelle devrait plutôt être combinée à d'autres facteurs pour mener à une mobilisation concrète. En ce qui concerne les adeptes du zéro déchet, de nombreux facteurs vont justement entrer en jeu à partir de 2014, année déterminante pour la mobilisation ZD.

C'est en effet l'année de publication en français du livre de Béa Johnson *Zéro déchet, 100 astuces pour alléger sa vie. Comment j'ai réalisé 40 % d'économie en réduisant mes déchets !*¹⁸. Béa Johnson, mère franco-américaine de deux enfants, retrace le parcours de sa famille vers le zéro déchet. L'originalité de ce livre réside dans le fait que Béa partage l'expérience quotidienne d'un foyer face à cette problématique et non pas d'une industrie, d'une municipalité ou d'un État. Elle rend le concept du zéro déchet accessible à tous, progressif (en décrivant pas à pas ses démarches pour en arriver au presque zéro) et attractif (40 % d'économie, tout de même !).

Le succès ne se fait pas attendre. Le livre est un véritable best-seller, prenant même la tête des ventes sur Amazon, dans la rubrique Waste Management (et ce encore aujourd'hui !). « Il y eut un temps où personne n'avait idée de ce que «zéro déchet» signifiait, mais depuis que Béa Johnson a publié cet ouvrage fondateur, l'expression est devenue courante »¹⁹ relève TreeHuger, principal média américain spécialisé en développement durable.

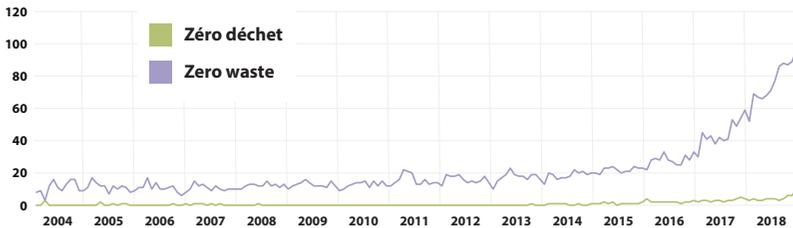
Très vite institué en Bible du zéro déchet, le livre de Béa Johnson permet de donner une visibilité au projet à laquelle les associations existantes n'auraient pu prétendre. « Le mouvement a explosé, surtout dans les pays fran-

¹⁷ F. MÜLLER, *et al.*, *Le climat sous les projecteurs. Regards scientifiques et cinématographiques sur les changements climatiques*, Bruxelles : Point Culture, octobre 2015.

¹⁸ B. JOHNSON, *Zéro déchet, 100 astuces pour alléger sa vie. Comment j'ai réalisé 40 % d'économie en réduisant mes déchets !*, Paris : Éditions des Arènes, 2013.

¹⁹ « There was a time when nobody knew what zero waste meant, but since Bea Johnson published her seminal book, the phrase has become mainstream ». K. MARTINKO, « 10 most popular Zero Waste Stories in 2016 », *Treehugger.com*, 22 décembre 2016, [en ligne :] <https://www.treehugger.com/green-home/10-most-popular-stories-about-zero-waste-2016.html>, consulté le 8 novembre 2018.

cophones »²⁰ explique Béa. En effet, jusque-là, le mouvement s'était lancé plus particulièrement dans les pays anglophones, le concept n'ayant pas encore été « traduit » du côté francophone (notons d'ailleurs que l'expression zéro déchet ne permet pas d'exprimer toutes les nuances du *zero waste*, *waste* signifiant à la fois déchet et gaspillage).²¹ Les tendances des recherches Google permettent de prendre tout de suite la mesure de cet écart.



Source : www.trends.google.be

Même s'il existait déjà des initiatives sur le continent européen avant la *Béa*-tification du zéro déchet, ce livre a l'avantage de fédérer des efforts, qui ont tout à gagner à l'interconnectivité et à l'échange de bons procédés. À partir de là, les actions s'enchaînent en cascade. Ribambelle de magasins de vrac, kyrielle de blogs et tutoriels *Do It Yourself* (DIY), flopée d'ateliers et de formations... le zéro déchet a la cote. Le réseau s'organise alors tant aux niveaux citoyen, individuel et local qu'aux niveaux collectif et national. Ainsi, en France par exemple, le Centre national d'information indépendante sur les déchets se mue en Zero Waste France en février 2014. Quelques semaines auparavant, Zero Waste Europe avait vu officiellement le jour pour unir les collaborations européennes existantes.

Dans la foulée, d'autres associations Zero Waste émergent partout en Europe : Zero Waste Danemark, Zero Waste Kiel, Zero Waste Switzerland (ces trois associations précisent directement leur affiliation aux préceptes de Béa Johnson), Zero Waste Belgium (en 2015), Zero Waste Slovenia, Zero Waste Romania, Montenegro, Italy, Austria... et d'autres Friends of the Earth (on retrouve une liste complète des associations affiliées à Zero Waste Europe). De nouvelles figures émanent également dans la sphère zéro, permettant de donner un

²⁰ M. CADORET, « Béa Johnson : «On a adopté le Zéro déchet et la vie est meilleure» », *Reporterre*, 20 novembre 2017.

²¹ G. VAN KOTE, « Le réseau Zero Waste s'installe en France », *Le Monde*, 1^{er} février 2014.

visage local à la californienne Béa et de fournir « 100 astuces » plus régionales. C'est le cas par exemple, du côté francophone, des Pichon, la famille presque zéro déchet française (qui publie un premier article sur son blog en octobre 2014), de Sylvie Droulans, mère de la famille belge zéro carabistouille ou de Laura Caillot, alias Lauraki, blogueuse zéro déchet de Montréal. On retiendra aussi les noms de Lauren Singer, New-Yorkaise de plus en plus influente, de Kathryn Kellog très active sur les médias, de la minimaliste Celia Ristow – trois jeunes femmes américaines de la nouvelle génération – et de Rossano Ercolini, un militant écologiste italien qui œuvrait déjà dans les années 2000, qui a été récompensé du prix Goldman (l'équivalent du Nobel pour l'écologie) en 2013, avant l'ère Johnson, et qui est aujourd'hui président de Zero Waste Italy et vice-président de Zero Waste Europe.

14-18, *it is time for zero waste !*²² Les années d'épanouissement du mouvement qui ne veut pas juste faire du zéro déchet une mode, mais carrément un mode de vie. Et les choses évoluent très rapidement, comme le souligne Sylvie Droulans : « Franchement, entre 2015 et 2017, il y a deux mondes [...] : il y a bien plus de blogs, de sites, de boutiques, de commerçants compréhensifs que lorsque nous nous sommes jetés dans l'aventure. »²³ De son point de vue, l'émulation à présent est exceptionnelle. C'est également ce que veut mettre en évidence Béa Johnson, lorsqu'elle rappelle la réception mitigée de sa première interview dans le *New York Times* en 2010 : « on s'en est pris plein la figure avec les préjugés » à l'époque²⁴. Le public n'était pas prêt. Il faut laisser aux mentalités le temps de changer. Et quand début 2016, les gens regardent bizarrement les premiers consommateurs à apporter leurs sacs en tissus, déjà, à la fin de l'année, « on me dit qu'ils sont jolis et que tout le monde devrait faire comme moi »²⁵. Les obstacles à la mise en place d'une démarche zéro déchet s'amenuisent, alors même que les conseils pratico-pratiques abondent. Une chose est claire : « les gens n'ont jamais autant parlé du zéro déchet qu'aujourd'hui »²⁶.

²² « Time for Zero Waste ! », *Blog Zerowaste.org*, 25 juin 2012 [en ligne :] <http://www.zerowaste.org/blog/time-for-zero-waste.html> page consultée le 30 octobre 2018.

²³ « Sylvie Droulans, une Belge dans les pas de Béa Johnson, la «papesse» du zéro déchet », *La Libre*, 21 février 2018.

²⁴ M. CADORET, *op. cit.*

²⁵ M. SAULETEL, « Les héros du zéro déchet ont le vent en poupe », *Reporterre*, 2 juillet 2016.

²⁶ A. VASIL, « How Bea Johnson turned the zero-waste lifestyle movement into her family's reality », *Now Toronto*, 25 octobre 2017 (trad. de l'auteure).

Parler, mais également partager. Le développement des médias et des réseaux sociaux n'est pas innocent dans l'expansion du modèle zéro déchet. On ne compte plus les groupes, les pages et les blogs consacrés à la thématique. Sur Instagram, par exemple, les hashtags #zerowaste et #zerodechet comptabilisent près de deux millions d'occurrences. Sur Facebook, les pages Zero Waste Home (de Béa Johnson) et Going Zero Waste (de Kathryn Kellog) sont suivies par 160 000 personnes et celles des familles zéro déchet belge et française par un peu moins de 120 000. Lauren Singer, avec son projet Trash is for Tossers, rassemble quant à elle plus de 265 000 abonnés sur Instagram et 225 000 sur Youtube.

C'est en constatant l'ampleur des chiffres que l'on pourrait se poser la question de savoir si ce mode de vie n'est pas en train de se transformer en simple effet de mode. Sa formule claque à la façon d'une enseigne marketing : le zéro déchet ou la philosophie des 5R : « Refuse, reduce, reuse, recycle and rot »²⁷ (« Refuser le superflu ; réduire le nécessaire ; réutiliser ce que l'on achète ; recycler tout ce que l'on n'a pas pu refuser ; composter le reste »). Ses militants prennent de plus en plus l'allure d'influenceurs sur les réseaux. « Béa Johnson rend le style de vie zéro déchet plus personnel – et sexy »²⁸. Sexy donc la mère de famille de 42 ans, franco-américaine, minimaliste fashion. Attrayant le père Pichon, surfeur bronzé à l'humour acéré. Inspirants aussi les étudiants-entrepreneurs qui lancent des start-ups éco-innovantes. Cette communauté grandissante a permis un tour de force inattendu : changer la représentation mentale du militant écologique « yuku » moraliste en un monsieur tout-le-monde charismatique. Cependant, les enfants de ces militants du quotidien trouveront-ils cela toujours aussi sexy ? Est-ce un charisme durable ? Le projet zéro déchet ne connaîtra-t-il pas le même genre d'évolution que le mouvement Slow Food ? Ce dernier, qui avait déferlé sur l'Europe et connu son heure



²⁷ B. JOHNSON, *op. cit.*, p. 32.

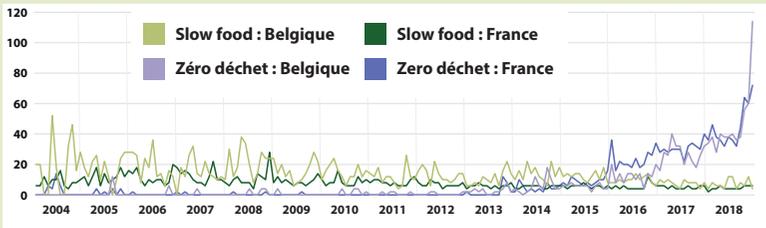
²⁸ VASIL Adria, *op. cit.*



de gloire entre 2010 et 2013²⁹, stagne depuis lors, continuant d'être évoqué sans pour autant que ses actions ne soient au premier plan de l'attention médiatique. Est-ce là le sort que réserve l'avenir au mouvement zéro déchet ?

Pas sûr... Un élément que le Slow Food n'inclut pas dans son mode de fonctionnement c'est l'aspect radical du zéro. Le zéro est un objectif inatteignable et par-là un véritable challenge pour ceux qui apprécient les défis. Et ce côté compétitif, entre soi et les déchets (et derrière eux la société et les industries) attire un certain public. Même si les adeptes du concept connaîtront toujours un peu la frustration de dépasser le zéro, viser « la Lune » leur permet tout de même d'avoir quelques étoiles dans les yeux en réalisant la réduction drastique de leurs déchets. « A zero-waste goal is the most effective way to eliminate the maximum amount of waste, with some residual disposal »³⁰ affirment d'ailleurs les partisans du mouvement. Ainsi, l'objectif zéro est le moyen le plus efficace pour réduire un maximum les kilos de déchets que nous produisons chaque année. Cela incite à être plus intransigent sur certains points et plus cohérent dans l'ensemble.

²⁹ On observe facilement cette amplification du phénomène en reprenant les tendances Google de ces années.



On arrive également à cette conclusion en s'intéressant aux articles de journaux publiés sur le sujet dans la période, ou comportant la notion de Slow Food. Par exemple, si l'on se penche sur les articles publiés au sein du journal *Le Monde* et de *La Libre*, on s'aperçoit que 2010 et 2012 sont les années comportant le plus d'articles sur cette thématique. Les quatre années de 2010 à 2013 rassemblent à elles seules 40 à 45 % de l'ensemble des articles sur le sujet (depuis 1990 pour *Le Monde* et 2005 pour *La Libre*). Dans *Le Monde*, on se rend compte aussi que cette même période concentre près de 70 % des articles incorporant « Slow Food » à leur titre.

³⁰ K. A. O'CONNELL, « California adopts Zero Waste Goal in Strategic Plan », *Waste 360*, 1^{er} avril 2002.

III. Indices de pérennité du mode de vie zéro déchet

D'autres indices nous permettent de penser que le zéro déchet ne devrait pas être éjecté trop rapidement de la scène médiatique et des initiatives citoyennes. Le concept a notamment réussi à infiltrer de nombreuses dimensions de nos vies et de la société. Dès lors, les variations sur le thème du zéro déchet sont juridiques, intergouvernementales et supranationales, religieuses, économiques, comportementales, esthétiques, relationnelles, communicationnelles et souvent irréversibles.

Ainsi par exemple, la Commission européenne, en juillet 2014, avait déjà adressé une communication au Parlement européen dans laquelle elle envisageait un « Programme zéro déchet pour l'Europe »³¹. Une des réalisations concrètes de ce programme, à laquelle on vient d'assister, est la proposition d'une directive, en mai 2018, « relative à la réduction de l'incidence sur l'environnement de certains produits en plastique » et qui a abouti, ce 25 octobre 2018, par un vote largement majoritaire au Parlement en faveur de l'interdiction des produits plastiques « à usage unique » les plus retrouvés dans les océans (dans le top 10, on retrouve notamment les couverts et les assiettes en plastique jetable, les pailles, les mélangeurs de cocktail, les tiges de ballons gonflables ou encore les touillettes). Ces échanges entre les plus hautes institutions européennes à propos du zéro déchet élèvent cette thématique au rang d'enjeu de première instance.

En 2015, une autorité plus influente encore vient appuyer ce sujet : le souverain-pontife en personne, François. S'il n'évoque pas directement le « zéro déchet », le pape François, dans sa fameuse encyclique du *Laudato Si'*³² dénonce allègrement la culture du déchet.

Et ces discours, qu'il s'agisse des autorités européennes ou du Vatican, se veulent à portée universelle. Ils ne doivent pas concerner uniquement les catholiques ou les majorités parlementaires. Comme le rappelait les représentants

³¹ *Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions. Vers une économie circulaire : programme zéro déchet pour l'Europe*, COM (2014) 398, Bruxelles : Commission européenne, 2 juillet 2014.

³² *Lettre encyclique Laudato Si' du Saint-Père François sur la sauvegarde de la maison commune*, Rome : Libreria Editrice Vaticana, 24 mai 2015.

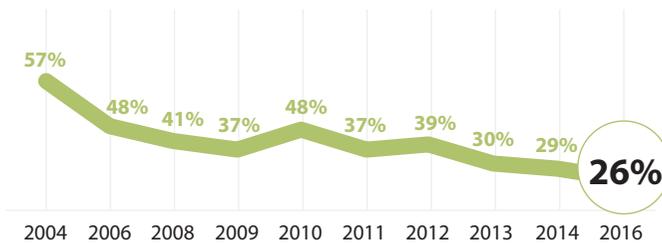
de Coalition Climat, lors des pré-manifestations pour la marche du 2 décembre 2018, face à l'urgence de la situation « nous ne sommes ni de gauche ni de droite, nous agissons »³³. Béa Johnson aussi signalait sa réticence à classer le mouvement zéro déchet dans une aile politique précise :

— Diriez-vous que le « zéro déchet » est classé à gauche ?

— C'est marrant, ce sont des questions que seuls les Français me posent ! On me parle beaucoup de politique en France, mais moi j'estime que ce mode de vie appartient à tout le monde. Nous avons adopté ce mode de vie pour des raisons environnementales, mais si on s'y tient, ce n'est pas pour des raisons politiques ou militantes. C'est tout simplement parce qu'on a découvert une vie meilleure, point barre.³⁴

Or, comme le zéro déchet ne doit pas être assimilé aux factions politiques, cela permet aux mouvements d'échapper aux aléas des élections et des compromis.

Le niveau de confiance envers les grandes entreprises au plus bas



Source : www.cddd.fr

Un autre point qui montre encore que le zéro déchet ne saurait être une tendance éphémère est le réel changement de comportement des consommateurs opéré ces dernières années. Depuis les années 2000, il y a une remise en cause progressive des modes de consommation. Dans les études Ethicity de GreenFlex sur les habitudes des consommateurs français, 2016 est décrite comme une année charnière pour la consommation responsable. La confiance

³³ Propos recueillis lors de la manifestation *Rise for the Climate*, 3 novembre 2018.

³⁴ M. CADORET, *op. cit.*

dans les entreprises n'a fait que se dégrader depuis le début du millénaire et est au plus bas cette année-là. Le constat est éloquent : le citoyen souhaite reprendre les rênes de sa consommation. Comme on peut le lire sur le site d'E-Marketing, le consommateur « ancré dans son époque, en épouse les causes – la défense de la planète »³⁵. Ce site observe l'émergence d'une nouvelle figure de consommateur, au fil des années 2010, qui « achète moins et consomme mieux ». Ces nouveaux consommateurs sont exigeants et attendent des marques chaque année davantage en matière de développement durable. La transparence concernant la production des entreprises et leurs modes opératoires (lieu d'origine, respect des travailleurs, etc.) est devenue une évidence, car cela va influencer les choix du consommateur (par exemple, en 2016, 85 % des consommateurs français « privilégient les entreprises ayant préservé une implantation locale »³⁶).

Dans la démarche zéro déchet, l'optique est la même : quand on consomme, on le fait autrement. On essaie d'acheter bio, local et de saison. On boycotte les emballages, parfois même on dépèce le concombre de son plastique sur place pour laisser un message aux marchands et à la grande distribution (phénomène du Plastic Attack). Les adeptes du zéro déchet souhaitent que les marques et les entreprises s'impliquent dans le durable, mais ne vont pas les attendre pour agir. « La montée du mouvement zéro déchet est la preuve que de plus en plus de gens remettent en question le consumérisme aveugle et le système de nos sociétés qui incitent à la production de déchet. »³⁷ Autrement dit : acheter, c'est voter. Consommer autrement, c'est alors voter en faveur d'un autre système, d'un système repensé (Rethink, le 6^e R de la liste inachevée de Béa Johnson).

Par ailleurs, un dernier point qui permet de penser que le zéro déchet ne décroîtra pas dans les prochaines années, est l'aspect irréversible du concept. Ainsi, après leur première année dans le zéro déchet, la famille Pichon écrivait ceci :

Et maintenant Doc ? Ben maintenant on arrête les conneries Marty et on se gave !! Des chips et des petits écoliers ! Du fromage en tube et des haricots en boîte chinois ! Du sucre et du sel à gogo !

³⁵ S. MARIUS, *Dossier : Le comportement des consommateurs*, E-Marketing, 6 février 2013.

³⁶ Étude *Ethicity* : Les Français et la consommation responsable 2016, GreenFlex, 2016.

³⁷ « The rise of the zero-waste lifestyle movement is a sign more people are challenging mindless consumerism and stepping back to question a system that condones wastefulness ». A. VASIL, *op. cit.* (trad. de l'auteure).

Pour l'année 2 on va se la régaler. On va se faire une soirée à thème : la "Trash Night" et on boira des hectolitres de coca et on sniffera du sucre blanc !

Et ben voui on va continuer le zéro déchet. »

Une fois lancé dans une telle aventure, il est difficile de revenir totalement à son comportement et ses modes de consommation précédents. D'une part, parce qu'on se fait vite aux nouvelles habitudes. Et d'autre part, parce que les avantages sont si nombreux qu'il serait vraiment difficile d'y renoncer. « Une fois que vous avez touché à ces économies d'argent et de temps, comment retourner en arrière ? »³⁸ Plus encore, cette philosophie de vie, rehaussée de minimalisme, rend heureux et donne du sens aux actions des individus : « cela me procure un sentiment incroyable de bien-être émotionnel et de bonheur »³⁹ confie Sylvie Droulans.

³⁸ M. CADORET, *op. cit.*

³⁹ « Sylvie Droulans, une Belge dans les pas de Béa Johnson, la «papesse» du zéro déchet », *op. cit.*

Conclusion : quand le zéro a la cote

Non, le zéro déchet, n'est pas qu'un « mouvement de bobos en transition ». Le concept existe depuis longtemps et a l'avantage, par sa formule simple et efficace, de fédérer des centaines et des centaines d'initiatives de par le monde. Il pénètre dans différentes dimensions de la société et permet ainsi, progressivement, de faciliter les démarches entre elles, de montrer plus de cohérence et de toucher un plus large public.

Bien sûr, le projet zéro déchet a des limites, qu'il lui faudra surpasser pour ne pas être mis de côté à partir des années 2020 et son succès classé plus tard dans la liste des *buzz* éphémères.

La vision zéro déchet, par exemple, est susceptible d'être malmenée par les « zérosceptiques »⁴⁰, pour qui de toute façon ça ne sert à rien, ou par les écolos-jusqu'au-boutistes, qui crie haro sur Béa dès qu'elle prend l'avion ou qu'elle utilise du papier toilette, commettant là un impair dans sa démarche.

En outre, pour arriver à un stade de réduction des déchets signifiants, il faudra s'organiser et prendre du temps. Prendre le temps de refuser, de changer, de se désencombrer, de braver les réticences et les appels à consommer superflus. Il faut s'organiser, pour ne pas être dépourvu au moment des courses, revoir son emploi du temps, revaloriser les relations induites par les nouveaux modes de consommation. L'adepte de la philosophie zéro doit également dénoncer les dérives ou les manipulations marketing, en traquant le *greenwashing*.⁴¹

Mais comme le précisait déjà Gary Liss en 2002, « Zero Waste gives people the courage to go on and do those other things, that weren't part of their original roles »⁴². Le mouvement zéro déchet donne la force aux gens de poursuivre leur lutte contre les déchets et le gaspillage, même quand cela leur demande l'énergie d'endosser des rôles qui dépassent leurs compétences de citoyens.

* *

⁴⁰ J. PICHON Jérémie, B. MORET, *Famille presque zéro déchet. Ze guide*, Vergèze : Thierry Souccar Éditions, 2016, p. 36.

⁴¹ Voir à ce propos l'article très bien résumé de la thématique du *greenwashing* par N. BERGER, *Le greenwashing ou les noces improbables de la publicité et de l'environnement*, Bruxelles : CPCP, « Au Quotidien », mars 2014.

⁴² K. A. O'CONNELL, *op. cit.*

Adeline de Wilde, diplômée en lettres, est chercheuse au CPCP et membre du collectif z'Héros déchets.

Pour aller plus loin...

1. Quelques publications qui valent le détour

- JOHNSON B., *Zéro déchet, 100 astuces pour alléger sa vie. Comment j'ai réalisé 40 % d'économie en réduisant mes déchets !*, Paris : Éditions des Arènes, 2013.
- PICHON J., MORET B., *Famille presque zéro déchet. Ze guide*, Vergèze, Thierry Souccar Editions, 2016.
- MÜLLER F., et al., *Le climat sous les projecteurs. Regards scientifiques et cinématographiques sur les changements climatiques*, Point Culture, octobre 2015.
- *Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions. Vers une économie circulaire : programme zéro déchet pour l'Europe*, COM (2014) 398, Bruxelles : Commission européenne, 2 juillet 2014.

2. Les blogs et les sites incontournables en matière de zéro déchet

- <http://zwia.org>
- <http://www.grrn.org>
- <https://zerowastehome.com>
- <https://www.zerowastefrance.org>
- <http://www.zerowastebelgium.org/fr>
- <https://zerowasteeurope.eu>
- <https://zerocarabistouille.be>
- <https://www.famillezerodechet.com>

DE WILDE Adeline, *Le zéro déchet : expression durable ?*, Bruxelles : CPCP, Analyse n°348, 2018, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/zero-dechet>.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

2018 a été consacrée « année Zéro Déchet » par la Région de Bruxelles-Capitale. Au terme de cette année, il est difficile dès lors de n'avoir jamais entendu parler de ce phénomène, popularisé par la franco-américaine Béa Johnson. Le concept connaît aujourd'hui de nombreux adeptes, en Belgique, en France et partout dans le monde, qui relaient notamment leurs initiatives et échangent leurs idées sur les réseaux sociaux. Le mouvement transnational qui en découle est-il cependant durable ? S'agit-il de pratiques s'incarnant réellement dans le quotidien des partisans du « zéro déchet » ou ne relèvent-elles que d'un fugace défi ? Pour répondre à ces questions, l'analyse se portera sur l'historique du mouvement et sur les éléments qui ont favorisé son essor, afin d'évaluer la pérennité de ces facteurs. Alors, le « zéro déchet »... expression durable ?

Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises, 45 – 1000 Bruxelles

02 238 01 00 – info@cpcp.be

www.cpcp.be



Chaque jour, des nouvelles du front !

www.facebook.com/CPCPasbl

Toutes nos publications sont disponibles
en téléchargement libre :

www.cpcp.be/etudes-et-prospectives