

DOSSIER DE CANDIDATURE

Gestion durable des activités

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 6 novembre 2013**, par mail à l'adresse contact@grandprix-distributionresponsable.com
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Mise en œuvre et communication –
- caractère innovant - Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère. Les critères seront pondérés selon des coefficients :
Mise en œuvre et communication : coefficient 2
Impact et résultats : coefficient 3
Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3
Vision : coefficient 2
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

Nom de l'initiative: Création d'une filière de valorisation des menuiseries en fin de vie

Nom (et logo) de l'entité de l'entreprise candidate: Le Groupe Lapeyre, associé à Saint Gobain Glass et Le Groupe Paprec.

Vue d'ensemble

Plusieurs dizaines de millions de menuiseries sont vendues chaque année en France pour le neuf et la rénovation, dont 10 millions de fenêtres. Ce sont pratiquement autant de menuiseries en fin de vie qui partent en centre d'enfouissement. Ce sont également autant de matières recyclables non valorisées. En effet, aucune filière organisée de collecte et de valorisation industrielle n'existe aujourd'hui, à l'exception de quelques courageuses initiatives locales.

Depuis début 2011, conscients des enjeux environnementaux représentés par ces millions de menuiseries en fin de vie, Paprec Group, le Groupe Lapeyre et Saint-Gobain Glass France, trois leaders dans leurs domaines, ont partagé leurs expertises avec un objectif commun : organiser une filière pour collecter, traiter et remettre dans des circuits de recyclage les matières issues de ces menuiseries. Le 21 février 2013, ces trois acteurs, se sont engagés et ont signé un contrat de partenariat pour créer officiellement la première filière industrielle française de valorisation des fenêtres et autres menuiseries en fin de vie.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1- Mise en œuvre et communication (coeff. 2)

1/ Origine du projet - Personne (département, fonction) responsable de la mise en œuvre

Groupe Lapeyre : Camille Mouly, co-dirigeante Programme Développement durable Groupe Lapeyre, Hubert Leroy, DRH Groupe et co-dirigeant Programme Développement durable Groupe Lapeyre, et François Salomé, directeur marketing adjoint, en charge des marchés Menuiseries Extérieurs (dont fait partie le marché fenêtre).

1 préoccupation : *Comment proposer une solution à nos clients pour la gestion de la fin de vie de leurs fenêtres ?*

Groupe Paprec : Etienne de Beauval, Chargé de mission auprès de la direction générale, et Franck Seité, Directeur d'agence, Paprec Plastique.

1 préoccupation : *comment accéder au gisement de matières que représente le parc de menuiseries renouvelées chez les français ? Et comment permettre leur valorisation et éviter l'enfouissement ?*

Saint Gobain Glass : Victor Matthieu, Chef de ligne Saint Gobain Glass France, et Jean Louis Bravet. Chargé de mission Saint Gobain Glass France.

1 préoccupation : *comment accéder au gisement de calcin (débris de verre) que représente le parc de menuiseries renouvelées chez les français pour le réintégrer dans la fabrication de verre plat ?*

2/ Stratégie de déploiement de l'initiative

Etapes, ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...), actions de mesures et de contrôle mises en place

DESCRIPTION DU PROJET :

En amont de la filière, le Groupe Lapeyre, leader français de l'aménagement de l'habitat durable et premier distributeur de menuiseries en France, s'est appuyé sur son réseau de distribution pour collecter les menuiseries auprès de ses clients. Au cœur du projet, Paprec Group, leader français du recyclage, s'est appuyé sur son savoir-faire en matière de valorisation des déchets pour mettre en place un outil industriel innovant capable de séparer les matériaux des menuiseries en fin de vie. Paprec Group a aussi mis au point une chaîne logistique dédiée permettant la collecte des déchets.. Enfin, Saint-Gobain Glass, leader mondial dans la production de verre plat, a mobilisé toute son expertise de verrier pour obtenir un calcin (chutes de verre) de qualité, pour le recycler dans ses fours de fabrication de verre plat.

STRATEGIE DE DEPLOIEMENT DE L'INITIATIVE :

Etapes :

→ Phase pilote : 1^{er} semestre 2013 > 3 sites Lapeyre et K par K collectent des menuiseries en fin de vie dans leurs magasins. Installation de bennes de collecte pour regrouper toutes les fenêtres et menuiseries fin de vie (avec parties vitrées).

Les magasins de ce 1^{er} pilote sont des magasins à proximité de Pont St Maxence, dans l'Oise, car c'est là qu'est le 1^{er} site Paprec équipé d'une machine de démantèlement.

→ Elargissement à un deuxième pilote, plus large > 10 magasins Lapeyre sur la région Ouest et IDF. En cours de déploiement.

Les magasins de ce deuxième pilote sont des magasins de l'IDF pour gonfler les flux sur la machine de Pont St Maxence, et également des magasins à proximité de Nantes où est installée la deuxième machine de démantèlement Paprec.

Actions :

→ Actions des chargés de mission en magasin (sur les sites de collecte) : présentation du projet, formations et diffusion d'un cahier des charges pour expliquer aux acteurs logistiques en charge des déchets en magasin le déroulement de la collecte (entre 4 et 5 acteurs par site, sur les 10 sites concernés).

→ Puis en magasin : transmission de l'information aux clients professionnels et partenaires poseurs via outil de communication (chevalets comptoir, stickers sur produits, ..)

3/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

-Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver, former les collaborateurs impliqués dans le projet ?

L'équipe projet a mis en place différentes actions pour motiver et impliquer les collaborateurs concernés dans le projet :

> Présentation et validation du projet par le top management

> Formation des équipes dans les magasins pilotes

> Mise à disposition d'un cahier des charges pour expliquer la collecte « terrain »

> Et, parce que ce projet s'accompagne d'un projet d'optimisation des zones de traitement des déchets en magasin : mise en place (en cours) d'un système de suivi du coût déchet en magasins.

4/ Implication du client

-Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place autour de cette initiative? (Supports, moyens, budgets ...). Joindre un exemple de communication

Cf outils de communication dans la présentation en PJ.

Critère 2 - Caractère innovant de l'initiative (coeff. 3)

5/ En quoi votre initiative est elle innovante par rapport aux pratiques existantes

-au sein de votre entreprise,

-au sein du secteur ?

Cette initiative est innovante dans la mesure où c'est la première fois chez Lapeyre que nous œuvrons pour la gestion de la fin de vie des produits que nous remplaçons chez nos clients, en dehors de filière organisées et légales (DEEE ou REP meuble). Lapeyre est aujourd'hui le plus gros metteur sur le marché de menuiseries, c'était donc à Lapeyre d'être moteur dans la création de cette filière, aux côtés des deux autres fondateurs de la filière, Paprec et de Saint Gobain Glass.

Et cette initiative est innovante au sein du secteur car aucune filière n'existait jusqu'à présent. Toutes les fenêtres en fin de vie partent en enfouissement aujourd'hui. A part quelques initiatives locales qui permettaient de valoriser des fenêtres en PVC, traitées de façons manuelles donc en très petites quantités, aucune solution « industrialisée » multi matériaux n'était proposée. Aujourd'hui, grâce à la mécanique de collecte mise en place, et aux machines de démantèlement, ce sont toutes les menuiseries en fin de vie, multi matériaux et comprenant plus de 50% de partie vitrée, qui peuvent être revalorisées.

Si les 3 acteurs restent les fondateurs du projet, tout l'intérêt de ce projet réside dans le fait qu'il n'est pas exclusif. C'est-à-dire que la filière est ouverte à tous les autres acteurs menuisiers, qui peuvent, eux aussi, collecter des menuiseries en fin de vie et les remettre dans ce circuit de valorisation. Aujourd'hui, ce sont déjà 9 autres acteurs menuiseries qui participent également à la collecte.

6/ -En quoi l'initiative va-t-elle au-delà des obligations légales ?

Cette initiative va au-delà des obligations légales, car il n'existe aujourd'hui aucune obligation pour les fabricants et les distributeurs de se responsabiliser sur la fin de vie de leurs produits. Les ACV intègrent la fin de vie des produits, mais pour le moment les ACV sur les produits ne sont pas obligatoires. On peut imaginer qu'à terme, les distributeurs devront être responsables des produits remplacés, et donc que des filières de collecte et de valorisation devront exister.

Critère 3 - Impact et résultats (coeff. 3)

7/ Description de l'impact et du bénéfice environnemental, social ou sociétal de l'initiative

Quels ont été les résultats quantitatifs (indicateurs clés) et qualitatifs de cette initiative

Grâce à Paprec Group qui a mis au point la machine et les process de valorisation, à Lapeyre qui permet le retour des menuiseries fin de vie dans le circuit et Saint Gobain Glass qui offre des débouchés au calcin, ce sont aujourd'hui, et pour la première fois au sein d'une même filière, des menuiseries multi-matériaux (bois, PVC ou aluminium, avec le verre) qui peuvent être collectées et démantelées, pour permettre les revalorisations matière.

Le PVC et l'aluminium sont transformés en matières premières secondaires et le bois réutilisé dans la fabrication d'aggloméré ou en production d'énergie.

Le verre des fenêtres est recyclé par Saint-Gobain Glass France pour la fabrication de verre plat. Les lots de calcin de qualité insuffisante pour le verre plat pourront être recyclés dans les autres activités verrières de Saint-Gobain.

Le principe de collecte initié par le Groupe Lapeyre est accessible aux autres acteurs du secteur.

8/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...) ?

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative – Reconnaissances obtenues.

En interne, l'initiative a été perçue d'une façon très positive car elle a permis de mieux parler du sujet des déchets en magasins, sujet qui intéresse beaucoup les collaborateurs.

En externe, l'initiative a eu aussi très bon écho. Cf Articles de presse en PJ.

9/ Pratiques modifiées favorablement par l'initiative

- En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)
- En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...

Cette initiative permet de changer les comportements des collaborateurs en interne en matière de déchets : en effet, parler de la valorisation de menuiseries en fin de vie et installer la collecte en magasin permet mécaniquement de remettre l'accent sur le sujet des déchets d'une façon plus générale. Collecter et trier des produits en fin de vie permet de mettre en avant le fait que tout déchet a une valeur, et entraîne une volonté de mieux trier l'intégralité des déchets produits sur site.

En externe, cette initiative permet de sensibiliser nos clients professionnels sur la gestion de leurs déchets. Au lieu de mettre des menuiseries en déchetterie qui seront enfouies, on leur offre la possibilité de remettre leurs déchets dans un circuit de valorisation.

Critère 4 - Vision - (Coeff. 2)

10/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait elle évoluer ?

Le Groupe Lapeyre, engagé dans une démarche de développement durable, a le souhait d'œuvrer pour une gestion responsable de ses activités.

Gestion responsable signifie pour le Groupe Lapeyre, qui est à la fois industriel Français et distributeur, être vigilant tout au long de la chaîne de valeur. C'est-à-dire limiter l'impact de ses activités sur l'environnement, tout au long du cycle de vie des produits, depuis leur conception jusqu'à la gestion de leur fin de vie. Et œuvrer pour le développement d'une économie circulaire et de circuit fermé.

Cette initiative s'inscrit donc dans cette prise en compte de la fin de vie des menuiseries tous matériaux, en proposant une solution pour les valoriser, ce qui n'existait pas jusqu'à présent.

11/ Prolongement de l'initiative

- Quels sont les objectifs court et moyen termes
- En quoi cette initiative peut avoir un effet d'entraînement sur le marché ?
- Quels moyens sont mis en place en interne afin d'assurer la pérennité de l'initiative ?

En termes de déploiement : le déploiement de cette initiative à d'autres magasins Lapeyre est lié au rythme d'équipement des sites Paprec de machines de démantèlement. A date, deux sites Paprec sont équipés, donc seuls les magasins à proximité de ces sites peuvent mettre en place cette mécanique de collecte (point logistique : les magasins pouvant entrer dans la mécanique de collecte doivent être à proximité de la machine de démantèlement, dans un rayon de 100kms). Mais à terme, l'objectif est de procéder à un déploiement national.

- > Objectif court terme : déployer la mécanique de collecte à tous les magasins en proximité des deux premiers sites Paprec équipés (15 magasins)
- > Objectif moyen terme : élargissement à 2 autres régions, 2 autres sites (15 autres magasins).
- > Objectif long terme : déploiement national avec mise en place de la collecte à l'ensemble des magasins Lapeyre ayant la possibilité de le faire.

Cette initiative aura, et à déjà, un effet d'entraînement sur le marché puisque dès à présent, n'importe quel autre distributeur et fabricant de fenêtres ou menuiseries contenant du verre, peut intégrer la filière, être acteur dans la collecte et mettre à la disposition des sites Paprec des menuiseries en fin de vie pour leur valorisation.

En parallèle et pour pérenniser l'initiative, l'objectif est de mettre en place un système de financement de la collecte des menuiseries en fin de vie, par l'intégration du coût de la fin de vie du produit, dans le prix de vente du produit, donc pris en charge par le client final (au même titre que les écotaxes sont mises en place, DEEE ou REP Meuble, pour financer la gestion de la fin de vie).

Annexes

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaiteriez apporter au jury ?

Il y a 2 pièces jointes :

- > **une présentation à date du projet**
 - > **le cahier des charges de collecte**
 - > **+ quelques articles de presse pour compléter la réponse à la question 4.**
-

La participation au Grand Prix de la Distribution Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours. Règlement à télécharger sur le site www.grandprix-distributionresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner par mail à
contact@grandprix-distributionresponsable.com

Date limite de renvoi des dossiers : 6 novembre 2013

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet
<http://grandprix-distributionresponsable.com/>,
ou nous contacter à l'adresse :
contact@grandprix-distributionresponsable.com