



MILLION
ACTS OF BLUE

**POSSIBILITÉS D' ACTIONS
POUR UN FUTUR SANS PLASTIQUE**

ACTION

#4

**Convaincre les restaurants et les cafés de délaier
le plastique à usage unique**

MERCI D'AVOIR TÉLÉCHARGÉ

A MILLION ACTS OF BLUE:

IDÉES D'ACTION POUR UN FUTUR SANS PLASTIQUE!

**LA POLLUTION
PLASTIQUE EST
PARTOUT, ET TOUT
LE MONDE PEUT
CONTRIBUER À Y
METTRE UN TERME!**

Nous avons tous et toutes vu les images désolantes de plages couvertes de déchets plastiques et d'estomacs d'animaux qui en sont remplis. On se sent facilement dépassé et découragé quand on est entouré dans sa vie quotidienne de produits en plastique à usage unique, sans solution de rechange. Les efforts que nous déployons pour réduire notre propre empreinte plastique et recycler sont admirables et importants, mais nous sommes souvent forcés d'accepter des pailles, des sacs, des bouteilles et des emballages en plastique avant même de pouvoir les refuser, et les produits dont nous avons besoin arrivent le plus souvent dans un emballage plastique. Nous sommes envahi par le plastique. Il est fondamental, que les entreprises responsables de cette pollution réduisent leur empreinte plastique et arrêtent la production d'objets plastiques à usage unique. La bonne nouvelle, c'est qu'ensemble, nous pouvons et allons changer les choses. Voici comment.

**NOUS CROYONS
EN UN MONDE LI-
BRE DE PLASTIQUE
À USAGE UNIQUE,
ET NOUS ALLONS
NOUS UNIR POUR
LE BÂTIR.**

Greenpeace, parallèlement à de nombreux autres organismes du mouvement mondial #BreakFreeFromPlastic, mène une campagne mondiale pour éliminer la pollution plastique à sa source, c'est -à-dire en ciblant directement les entreprises qui sont à l'origine de cette pollution et les gouvernements qui ne réglementent pas suffisamment cette industrie.

**QUE VISE LE MOU-
VEMENT MILLION
ACTS OF BLUE?**

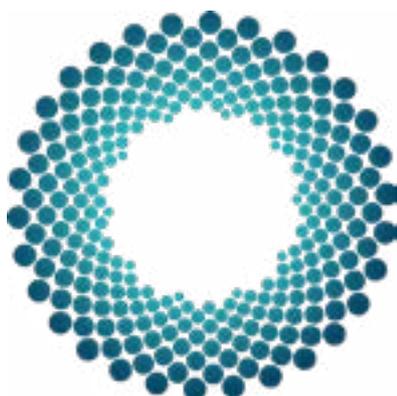
De plus en plus de gens rejettent l'idée que le plastique jetable est inévitable, et que c'est aux consommateurs de changer leurs habitudes pour mettre fin à cette pollution. Nous choisissons d'unir nos efforts au sein du mouvement Million Acts of Blue afin d'implanter le changement nécessaire pour assurer un futur sans plastique. Nous voulons responsabiliser les entreprises, exhorter les gouvernements à agir, et promouvoir un style de vie qui nous rapproche les uns des autres.

Renverser le courant de la pollution plastique en prenant des mesures pour arrêter la production d'objets à usage unique. Il est inspiré par le besoin urgent de protéger nos océans, nos cours d'eau, nos forêts et les vies qui en dépendent.

Nous sommes ravis de vous compter parmi nous et nous nous réjouissons de vous appuyer durant les changements que vous apporterez où que vous soyez dans le monde.



CONVAINCRE LES RESTAURANTS ET LES CAFÉS DE DÉLAISSER LE PLASTIQUES À USAGE UNIQUE



Un mouvement grandissant met pression sur les chaînes de restauration rapide, les restaurants et les cafés à travers le monde afin de montrer la voie en ne proposant plus d'articles à usage unique à leur clientèle. L'élimination de plastique à usage unique comme les pailles ou les gobelets dans les bars et les cafés très fréquentés permet d'éviter le gaspillage et la production de déchets plastiques. Elle constitue un prétexte pour susciter la discussion au sujet de la pollution plastique et de la nécessité pour les commerces locaux de prendre les devants en adoptant des solutions pour réduire l'utilisation de plastique.

Nous sommes nombreux à fréquenter quotidiennement les cafés et les restaurants. Qu'il s'agisse d'un commerce local ou d'une grande chaîne, convaincre une entreprise de prendre les devants dans la réduction de plastique à usage unique peut entraîner un effet domino et encourager d'autres commerces à passer à l'action pour un futur sans plastique. Ne sous-estimez pas l'importance que peut représenter le fait de réussir à convaincre ne serait-ce qu'un seul commerce à changer ses habitudes. Cela peut servir de levier ou comme bonne pratique pour convaincre d'autres commerces de faire pareil.

Toutes les entreprises peuvent, et doivent, réduire leur empreinte plastique, et notre rôle est de les aider à comprendre la valeur d'une telle mesure.



Quelques conseils pour entreprendre une telle campagne

- 1. Déterminez les objectifs de la campagne et votre demande aux commerçants.** Cernez l'objectif principal de votre campagne et créez [une fiche de renseignement](#) à remettre aux commerçants expliquant votre campagne et fournissant des renseignements généraux pertinents. Assurez-vous d'avoir une demande claire au moment de les aborder. Souhaitez-vous qu'ils éliminent le plastique à usage unique? Êtes-vous en mesure de les convaincre de commencer par cesser l'utilisation des gobelets ou des pailles jetables?
- 2. Les plastiques à usage unique qu'ils sont susceptibles d'offrir à leurs clients sont :**
 - des couverts
 - des pailles
 - des contenants pour les commandes à l'emporter;
 - des couvercles et des gobelets à café avec un revêtement en plastique;
 - des bâtonnets pour mélanger;
 - des gobelets pour les commandes de boissons à emporter;
 - des produits en polystyrène ou en styromousse;
 - des sacs de plastique;
 - des sachets alimentaires en plastique (p. ex., du sucre pour le café ou des sachets de ketchup)
- 3. Planifiez une rencontre.** Appelez le commerce ou allez sur place pour planifier une rencontre avec la personne appropriée.



4. **Exercez-vous à présenter vos arguments.** Si vous craignez de ne pas avoir de grandes aptitudes à parler en public, ne vous en faites pas, car les qualités qui tendent à convaincre les gens sont la passion et l'authenticité, plutôt que la perfection. Voici quelques [messages](#) suggérés qui pourront vous aider.
5. **Fournissez des renseignements et de l'information contextuelle.** C'est ici que votre [fiche de renseignements](#) deviendra utile. Elle donnera aux commerçants la possibilité de conserver ces informations afin de pouvoir y réfléchir. Tous ne se laisseront pas convaincre du premier coup. Si une personne vous dit ne pas souhaiter participer à votre campagne, assurez-vous de la remercier du temps qu'elle a pris pour vous écouter et quittez-la en souriant et en lui laissant vos coordonnées au cas où elle changerait d'idée.
6. **Évitez les fausses solutions.** Évitez de proposer des solutions de rechange susceptibles de n'apporter aucune amélioration. Vous trouverez quelques fausses solutions dans notre [brochure d'information](#). Promouvoir la réutilisation et l'abandon des produits en plastique jetable vise avant tout à réduire la production de déchets et de lutter contre la culture du tout-jetable.
7. **Mettez l'accent sur les solutions.** Dans votre présentation, exposez brièvement le problème, mais mettez surtout l'accent sur la possibilité pour les commerçants et commerçantes de faire partie de la solution. Dans les années à venir, participer à la lutte contre la pollution plastique va constituer un très bon atout pour leur commerce.
8. **Offrez un soutien et de la reconnaissance aux commerces participants.** Fournissez des ressources aux commerces, comme des affiches à mettre aux fenêtres, des dépliants à laisser sur le comptoir ou [des affichettes à placer sur les tables](#), afin de les aider à expliquer l'initiative à leurs



clients. Proposer aux commerçants d'afficher [une lettre d'engagement signée](#) est un autre moyen de promouvoir leur geste. Les cafés et les restaurants locaux seront davantage intéressés à prendre part à une campagne de réduction de plastique à usage unique s'ils y voient un avantage pour leur marque ou leur réputation et si leurs efforts sont publicisés auprès de leurs clients et de possibles nouveaux clients.

9. **Trouvez des chefs de file existants et commencez par des commerces susceptibles de sauter le pas.** Avant de lancer officiellement votre campagne, recherchez les commerces existants qui ont déjà effectué les changements que vous demandez. Mentionnez-les comme des exemples dans votre présentation. Ensuite, abordez les commerces susceptibles de sauter le pas en matière d'élimination de plastique à usage unique (jetez un oeil par exemple sur [le site web de l'opération Papaille](#), qui mobilise des établissements à ne plus proposer des pailles). Dans le même ordre d'idées, abordez en premier les établissements avec lesquels vous entretenez déjà des liens ou que vous savez être enclins à effectuer des changements, par exemple les entreprises qui sont déjà axées d'une certaine manière sur la protection de l'environnement ou le développement durable. Cela vous permettra de gagner de l'assurance lorsque vous parlez de la campagne et pour convaincre des commerçants d'y participer.
10. **Communiquez avec des personnes ou des groupes ayant une influence au sein de la collectivité.** Recherchez des personnes ou des groupes influents ayant une capacité de mobilisation au sein de la communauté, comme par exemple, des associations de quartier, des journalistes, ...



11. Ne vous découragez pas! Tous les commerces n'accepteront pas de participer à votre campagne au premier abord! Il est possible que certains décident d'y prendre part une fois qu'elle commencera à prendre son envol et lorsqu'ils verront des concurrents y participer ou que des clients commenceront à leur demander des produits sans plastique à usage unique.

12. Proposez votre histoire aux médias. Si votre campagne est couronnée de succès, il vaudra la peine d'en aviser les médias locaux. Nous sommes à votre disposition pour vous aider à faire la communication aux médias, n'hésitez pas à nous interpellier : benevolat@greenpeace.ch.

Vous avez réussi à convaincre des commerces de cesser d'offrir des articles de plastique jetables? Merveilleux!

- Tenez-nous au courant! Veuillez nous informer des résultats de vos démarches à l'adresse benevolat@greenpeace.ch
- Passez le mot sur les réseaux sociaux! Partagez les commentaires positifs des commerçants ou les changements apportés par ceux-ci sur les médias sociaux et accompagnez votre publication des mots-clic #BreakFreeFromPlastic et #MillionActsofBlue.
- Téléchargez une autre action ! Vous avez envie d'en faire plus? Découvrez comment nous pouvons vous aider à réaliser une autre action!



Autres organisations qui travaillent sur la problématique du plastique

Vous trouvez une liste d'organisations qui s'engagent dans le mouvement pour un futur sans plastique sur www.breakfreefromplastic.org

Ce guide est élaboré par Greenpeace International et a été modifié et complété ensemble avec des bénévoles de Greenpeace lors du Greencamp 2018.

Photo credits: © Emma Stoner, Greenpeace

GREENPEACE