"Rien de neuf" en 2019

C'est le pari lancé par l'association Zero Waste France : stopper les achats de produits neufs au profit du réemploi et de la location afin de réduire la quantité de déchets produits

Réparation à la recyclerie de Calvi. / PHOTOS A. C.

On achète bien les voitures et les appartements d'occasion, pourquoi pas tout le reste ?" Cette question, Marie-Florence Dabrin ne se la pose plus. À Calvi, dans la ressourcerie qu'elle a créée, elle récupère et revend à prix cassé tout ce qu'on lui apporte. Depuis la rentrée, la structure s'est agrandie avec un Repair Café où tout le monde peut, gratuitement, venir avec sa cafetière ou son sèche-cheveux en rade et passer une heure ou deux à le réparer, guidé par deux bricolos qualifiés. *"Un ordinateur qu'on jette parce que la touche "machin" est coincée, ça ne devrait plus arriver"*, estime-t-elle.

Surtout dans un contexte de tension sur la gestion des déchets et sur les ressources en matières premières, parfois rares, qui sont nécessaires pour fabriquer nos produits du quotidien.

14 000 personnes fédérées

D'après une étude de l'Ademe, la quantité de matières utilisée pour fabriquer nos produits électroniques et électroménagers, mais aussi nos vêtements, articles de sport et meubles, représente jusqu'à 350 fois le poids de l'objet final. Un constat qui a poussé l'association Zero Waste France à lancer le défi "Rien de neuf", qui a déjà fédéré 14 000 personnes : leur mission est d'acheter le moins possible d'objets neufs pendant un an. *"L'objectif premier du défi est de changer de réflexe : à chaque fois qu'on a une intention d'achat, il faut se demander si on a réellement besoin de cet objet et voir s'il n'existe pas une alternative à l'achat. Nous voulons désacraliser le neuf"*, explique Marine Foulon, en charge du défi "Rien de neuf".

Le succès des sites de ventes et de locations entre particuliers est la preuve d'un réel intérêt pour les produits de seconde main à prix souvent cassés. Mais tout ne se fait pas sur internet. À Bastia, l'association Trend'Isula a décidé de sortir les "fashionistas" de leurs réseaux sociaux pour afficher fièrement les pièces de leur garde-robe dont elles ne veulent plus : chaque année, Maeva Vaz et ses amies organisent trois vide-dressings, l'occasion *"de trouver des pièces ultra-tendance ou vintage à des prix très intéressants*, explique la jeune femme. *Ça a eu du mal à prendre car ici on aime les choses neuves et de marque*, reconnaît Maeva. *Mais en sélectionnant des femmes branchées, de tous âges et tous styles, on a réussi à avoir des pièces uniques, en très bon état, qui donnent envie d'acheter."*

L'espace de vente.

"Un changement de mentalité"

Loin des puces et des brocantes, les ressourceries et les vide-dressings attirent désormais les amateurs de vintage mais aussi les écolos, les opposants à la surconsommation et les personnes à faible revenu. L'Ademe de Corse estime qu'il y a une réelle demande pour les produits de seconde main : *"Les enquêtes que nous avons menées ont révélé un intérêt certain de la population corse pour des outils du type ressourcerie*, explique Philippe Sampieri, ingénieur déchets et économie circulaire à l'Ademe. *Et ça ne concerne pas seulement une population défavorisée : il y a un large changement de mentalités et de comportements."*

En plus des quatre ressourceries déjà existantes, de nouvelles devraient voir le jour en Corse d'ici un à deux ans, notamment à Ventiseri : *"On estime que 300 tonnes de déchets seront récupérées grâce à cette structure"*, chiffre Laure Prieur, chargée de développement à la communauté de communes du Fium'Orbu. Mais que vont en penser les magasins de vêtements, de meubles, d'électroménager...? *"Nous voulons interpeller leurs dirigeants et leur montrer qu'il est dans leur intérêt de produire autrement*, répond Marine Foulon. *Les vêtements qui craquent ou les téléphones qui tombent en panne au bout de deux ans, tout le monde en a marre."*

L'obsolescence programmée est désormais sanctionnée par la loi. Mais il faudra aussi que les stratégies marketing changent : l'Ademe a épinglé récemment deux publicités d'un géant du commerce en ligne promouvant l'achat d'un ordinateur portable neuf ou d'un écran de téléviseur géant.

Des publicités qu'il faut désormais regarder avec un œil... neuf.

AUDREY CHAUVET

Pour relever le défi : riendeneuf.org