



Système de dépôt pour gobelets réutilisables de boissons à emporter

La tasse



Étude de cas – secteur commercial réalisée par l'Éco-quartier Villeray pour RECYC-QUÉBEC

2018

Faits saillants

Tasses réutilisables pour emporter dans un réseau de commerces participants.

Système de dépôt à 5\$.

1 125 \$

Moyenne d'économie annuelle réalisée par le commerçant sur l'achat de gobelets jetables (pour 34 gobelets/jour).

Projet construit en réseau

Sentiment d'appartenance à la communauté chez les commerçants comme chez les citoyens.

Si un frais est imposé sur les contenants jetables, cela influence substantiellement le consommateur vers l'option réutilisable.

Attraction de nouveaux clients et rétention des clients existants.



Note

Cette fiche concerne la première phase de déploiement du projet La tasse, qui s'est effectuée dans le quartier Villeray au cours de l'année 2018. Depuis la rédaction de cette fiche, l'Éco-quartier Villeray a fermé ses portes, mais le réseau La tasse s'est élargi à travers plusieurs régions du Québec et est désormais soutenu par l'organisme sans but lucratif CRPE (Cafés et Restaurants Pour l'Environnement) La vague.

1. Description de l'organisation

Adresse	CRPE (Cafés et Restaurants Pour l'Environnement) La Vague 753 rue Villeray, Montréal, QC H2R 1J2
Téléphone	n/a
Secteur d'activité	Environnement
Achalandage	L'ensemble des commerces participants au projet totalise 75 employés et un achalandage d'environ 1400 clients par jour (toute consommation confondue, sur place ou à emporter)
Clientèle	Toutes catégories socio-professionnelles
Site web	www.latasse.org
Personne(s) contact(s)	Aurore Courtieux-Boinot Chargée de projet La tasse Tél. : 514 836-4517 info@latasse.org
Politique environnementale	n/a
Reconnaisances environnementales	n/a

L'Éco-quartier Villeray, qui coordonnait le projet en 2018, faisait partie du programme environnemental Éco-quartier de la Ville de Montréal. L'équipe de l'Éco-quartier sensibilisait et mobilisait les résidents, les commerçants, les organismes et les institutions à l'amélioration de l'environnement. Les actions étaient orientées autour de quatre principaux axes d'intervention : les 3R-V (réduire, réemployer, recycler et valoriser), la propreté, l'embellissement et la nature en ville.

Le Patro Le Prevost était l'organisme mandataire du programme Éco-quartier Villeray. Il s'agit d'un organisme communautaire de loisirs et d'entraide centré sur le mieux-être, le développement et la dignité des personnes de toutes origines.

2.

Contexte du projet et motivations

2.1.

Historique

À l'été 2017, les propriétaires des cafés montréalais Oui Mais non et La Graine brûlée rencontrent l'équipe de l'Éco-quartier Villeray pour partager leur idée d'un système de dépôt pour les contenants réutilisables de boissons à emporter.

Pendant un an, l'Éco-quartier recrute et anime un groupe de commerçants afin de co-créer le système de La tasse et de sonder le marché auprès de la population. La tasse est lancée en phase test le 30 août 2018 dans le quartier Villeray à Montréal, avec pour ambition de s'étendre à l'ensemble du Québec, afin d'offrir une solution qui accompagne les consommateurs partout où ils ont à se rendre.

2.2.

Motivations générales

Chaque année, des millions de contenants jetables sont enfouis. L'utilisation de contenants jetables à usage unique a des impacts significatifs sur l'environnement : consommation de ressources naturelles (eau, forêt, pétrole, énergie), augmentation du volume de déchets et augmentation des gaz à effet de serre.

Quoique la grande majorité des commerces offrent des alternatives au « jetable », particulièrement lorsque la boisson est consommée sur place, l'utilisation des contenants réutilisables demeure faible. En effet, selon un sondage réalisé par l'Éco-quartier à l'automne 2017 auprès des clients de cafés dans Villeray, 65 % des clients disent ne « jamais » ou « rarement » utiliser un contenant réutilisable pour boire leur café provenant d'un commerce.

Les principales raisons évoquées pour cette faible utilisation sont l'oubli du contenant de voyage réutilisable (65 %) et le fait que le contenant jetable est offert d'office par le commerce (35 %). Pourtant, selon le même sondage, 92 % des clients se disent prêts à utiliser régulièrement un contenant réutilisable.

Ces données démontrent que la population est ouverte à évoluer vers un comportement plus responsable, à condition de se voir offrir une solution pratique. Un système de dépôt pour contenants réutilisables, répondant ainsi aux freins-clients identifiés ci-dessus, semble donc être une alternative prometteuse.

2.3.

Motivation des commerçants

Les commerçants ont été invités à attribuer une note de 0 à 5 aux affirmations suivantes : « Votre commerce a choisi de rejoindre le réseau La tasse afin de (options ci-dessous). »

Échelle d'évaluation : 0 = Je ne me reconnais pas du tout dans cette affirmation; 5 = Je me reconnais parfaitement dans cette affirmation.

Commerce	Lutter contre la pollution visible autour de mon commerce	Répondre aux besoins des consommateurs	Réduire le coût du café à emporter	Donner de la visibilité à mon commerce	Développer une politique de développement durable	Autres motivations (question ouverte)
A	1	5	3	5	4	Lutte contre l'usage unique, me démarquer, innover
B	5	2	5	5	3	Réduction des déchets, proposer 'Café illimité' à moindre coût
C	4	0	2	4	4	Sensibilisation aux questions environnementales
D	1	0	3	4	4	Fin du jetable – action communautaire
E	1	1	1	3	5	Réduction déchets – réseau communautaire, marketing
F	3	0	0	1	1	Réduction déchets – économie circulaire
G	0	1	1	4	4	Réduction déchets
H	0	0	3	1	2	Environnement – fin du jetable – action communautaire
Moyenne	1,875	1,125	2,25	3,375	3,375	

3.

Méthodologie

Les considérations premières des commerçants interrogés tournent autour des questions environnementales ainsi que de l'innovation marketing (volonté affirmée d'obtenir de la visibilité). En second lieu, ils espèrent une réduction de coûts. Lors de la question ouverte, les motivations d'ordre environnemental sont unanimes. D'autre part, l'importance de la communauté pour les commerçants est révélée par la question ouverte.

Une première source d'information provient d'entretiens dirigés, effectués en tête à tête avec huit représentants de commerces vendant des boissons à emporter de type café. Les commerces de Villeray participants à l'étude sont les suivants :

Commerce	Adresse	Site internet
Oui Mais Non	72, rue Jarry Est	http://www.cafeouimaisnon.com/
Café Perko	753, rue Villeray	http://www.perkocafe.com/#accueil
Café Bistro Mysterium	195, rue Jarry Est	https://www.facebook.com/cafebistromysterium/
Chez l'Éditeur	7240, rue St- Hubert	https://www.facebook.com/ChezlEditeur/
Le pain dans les voiles	357, rue de Castelnu Est	http://lepaindanslesvoiles.com/
Café Zezin	2351, rue Jean- Talon Est	https://www.facebook.com/cafezezin/
Les Faiseurs	6564, boul. St- Laurent	https://www.lesfaiseurs.ca/
Gâte toi	7702, rue St- Hubert	https://www.facebook.com/BoulangerieGateToi/

D'autre part, la population de Villeray a été sondée à deux reprises, à la fois en ligne et en personne. Le premier questionnaire fut administré avant le démarrage du projet en septembre 2017, et comptait 457 répondants. Le second questionnaire, totalisant 102 réponses, fut administré trois mois après le lancement, en décembre 2018.

4. Contenants utilisés initialement

Les commerces participants utilisent majoritairement pour les boissons à emporter des gobelets à usage unique en carton et polyéthylène. À l'exception du commerce A qui a recours à des gobelets en PLA compostables.

Tous les commerces étudiés acceptent également les tasses réutilisables personnelles des clients.

Il est à noter que les gobelets à usage unique pour emporter n'ont pas été retirés suite à l'implantation des gobelets réutilisables La tasse.

5. Planification

Date ou période	Action / évènement
Septembre à octobre 2017	Sondage auprès des commerçants et clients
Septembre 2017 à août 2018	Recrutement des commerçants
Décembre 2017	Définition du système de consigne avec les commerçants (fonctionnement, implications pour les commerçants, les employés, les clients, etc.)
Janvier à avril 2018	Choix du contenant : analyse documentaire, sélection des fournisseurs, réception des échantillons, test, design, etc.
Mai à juillet 2018	Fabrication des contenants
30 août 2018	Lancement officiel
Décembre 2018	Évaluation: sondage de satisfaction auprès des commerçants et clients ainsi que mesure des impacts



6.

Description du projet de réduction

6.1.

Fonctionnement du système



Pour le consommateur	Pour le commerçant
<ul style="list-style-type: none">• Obtient La tasse au tarif de 5 \$ dans l'un des commerces participants• Rapporte La tasse chez n'importe quel commerce du réseau et :<ul style="list-style-type: none">○ obtient le remboursement de son dépôt○ ou reçoit un contenant propre pour une nouvelle consommation○ ou réutilise sa tasse pour une nouvelle consommation	<ul style="list-style-type: none">• Obtient La tasse au tarif de 5 \$ auprès de l'Éco-quartier Villeray• Offre La tasse au tarif de 5 \$ aux clients• Rembourse 5 \$ si le client retourne La tasse (même si le client ne l'a pas obtenue dans son établissement)• Lave La tasse dans son lave-vaisselle industriel• Remet La tasse en circulation ou rapporte son stock excédentaire à l'Éco-quartier Villeray
À noter : <ul style="list-style-type: none">• Il n'est pas nécessaire pour le consommateur de laver La tasse avant de la retourner.• Les tasses brisées ne sont pas remboursées.• Un commerçant peut refuser de rembourser plus de 10 tasses par jour à une même personne.• La tasse doit remplacer un contenant jetable, elle ne peut pas être remise vide à un client.	

6.2.

Contenant utilisé



Motivations au choix du contenant

- ✓ La tasse en polypropylène n'altère pas le goût comme l'acier inoxydable, elle ne conduit pas la chaleur comme le bambou et elle est plus légère et solide que le verre ou la céramique.
- ✓ Le polypropylène est facilement recyclable au Québec.
- ✓ D'après une analyse du cycle de vie (ACV), une tasse de voyage en polypropylène ne nécessite que 50 utilisations avant de représenter moins d'impacts que les gobelets jetables (contre 210 utilisations pour une option en céramique et 220 utilisations pour une option en acier inoxydable).

6.3.

Incitatifs économiques

Lors d'une réunion avec les commerçants, il fut décidé que ces derniers doivent être libres d'appliquer ou non un mécanisme incitatif relatif à l'utilisation de La tasse, ainsi que la nature de ce mécanisme. Les réalités économiques des différents commerces, ainsi que la grande disparité de leur type de clientèle, ne permettaient pas de proposer un mécanisme incitatif qui convienne unanimement.

Les différents incitatifs choisis par les commerces de l'étude sont détaillés dans le tableau ci-dessous.

Commerce	Incitatif
Commerce A	Surcoût sur les contenants jetables (non mis en place pour le moment)
Commerce B	Aucun
Commerce C	Rabais de 0,25 \$ avec un contenant réutilisable
Commerce D	Pas décidé encore
Commerce E	Surcoût de 0,50 \$ sur les contenants jetables
Commerce F	Surcoût sur les contenants jetables (non mis en place pour le moment)
Commerce G	Rabais de 0,10 \$ avec un contenant réutilisable
Commerce H	Rabais de 0,10 \$ avec un contenant réutilisable

Après trois mois d'implantation, le suivi des commandes de La tasse a permis de constater que le seul commerce à avoir instauré un surcoût sur les contenants jetables a enregistré 7 fois plus de commandes de La tasse que les autres commerces.

À contrario, le rabais accordé aux clients apportant leurs contenants réutilisables ne semble pas avoir influencé le volume de commandes de La tasse.

Leçon à tirer

La politique de surcoût sur les contenants jetables influence le consommateur vers l'option réutilisable de façon importante.

6.4.

Coûts du projet

Le projet a coûté 46 484 \$, dont 47 % en main-d'œuvre chargée de concevoir, planifier, mettre en œuvre et évaluer le projet. 16 % de la valeur du projet a été fournie par des bénévoles, notamment des stagiaires et des commerçants du réseau.

L'approvisionnement en gobelets réutilisables est le deuxième poste en importance. Avec deux commandes de 2 500 unités, l'Éco-quartier a pu obtenir un prix de 4,23 \$ l'unité, incluant tous les frais de coordination de la production, de transport et de douanes.

Le budget de communication est particulièrement bas, car un grand nombre de tâches ont été réalisées par les employés et bénévoles. Il comprend notamment les frais liés à la création du site web www.latasse.org, au graphisme, aux impressions et aux photographies.

BUDGET DE RÉALISATION	\$	%
Ressources humaines	22 157 \$	47 %
- Coordonnateur de projet	4 508 \$	10 %
- Chargé de projet	10 329 \$	22 %
- Bénévoles (valorisés à 15\$/h)	7 320 \$	16 %
Coût des gobelets	21 128 \$	45 %
Communications	2 867 \$	6 %
Frais de réunions	400 \$	1 %
Frais de transport	296 \$	1 %
TOTAL	46 848 \$	100 %

6.5.

Ressources humaines

En plus des heures consacrées par le responsable de l'Éco-quartier, un poste à temps partiel de chargée de projet fut créé pour la mise en œuvre de La tasse. Des bénévoles, dont deux stagiaires (320 h) et 8 mannequins amateurs (24 h) ont également été mobilisés pour la réalisation des photographies et les collectes de données. La contribution en temps des commerçants dans le cadre des réunions de suivi de la participation à la documentation est quant à elle estimée à (144 h), pour un total conservateur de 388 h de bénévolat. Valorisé à 15 \$/h, ce travail compte pour 7 320 \$, soit 16 % de la valeur du projet.

Un minimum de 40 h / semaine est à prévoir pour le maintien et le développement du projet.

D'autre part, pendant les trois mois d'implantation, les commerçants ont fait le constat que la tâche supplémentaire de laver les tasses retournées ne représente pas de temps additionnel important. Aussi, la participation au réseau ne requiert pas de changement au niveau du volume horaire des équipes chez les commerçants.

7.

Activités d'information, de sensibilisation et d'éducation

7.1.

Outils

À l'occasion de l'implantation, un ensemble d'outils de promotion est remis au commerce :

- un chevalet à placer en bordure de la caisse à l'intention de la clientèle;
- une affichette mémo à l'intention des employés;
- Un autocollant à apposer sur la vitre du commerce pour signaler sa participation au réseau.

Voir images ci-dessous.

Savez-vous que :
Des millions de gobelets à usage unique sont jetés chaque année au Québec !

F.A.Q.

Où est-ce que je peux retourner ma tasse?
La Tasse peut être retournée chez tous les commerces participants. Vous recevrez, au choix, le remboursement de votre dépôt ou une tasse propre.

Est-ce que je peux ramener une tasse sale?
Il n'est pas nécessaire de laver La Tasse, mais vous êtes invités à la rincer avant de la retourner.

Est-ce que je peux ramener une tasse cassée?
Les tasses brisées ne seront pas remboursées.

 

Outil pour les clients

VOTRE COMMERCE FAIT PARTIE DU RÉSEAU LA TASSE

Grâce à vous vos clients réduisent de 92% leurs émissions de CO2 avec leur café à emporter !

PROPOSEZ LA TASSE

Proposez La Tasse à vos clients pour tous les breuvages à emporter - 5\$ (dépôt non-taxable)

LES CLIENTS RAPPORTENT LA TASSE

Remboursez le dépôt (même s'ils n'ont pas acheté La Tasse dans votre commerce)
Les tasses brisées ne sont pas remboursées

NETTOYEZ LES TASSES

Nettoyez les tasses au lave-vaisselle avant de les remettre en circulation

Besoin de plus de tasses ? Un problème avec vos tasses ? Des tasses en trop ?

Remplissez le formulaire sur www.latasse.org/contact/
Appelez-nous au 514-273-8535 #283



Contact Éco-Quartier Villeray : 514-273-8535 (283) | info@latasse.org
7355 av. Christophe-Colomb, Montréal.

(accès par la porte verte donnant sur le stationnement sud du Patrie Le Prévost)

Outil pour les commerçants



Autocollant pour la vitre du commerce

7.2. Activités

Les premières livraisons de tasses s'accompagnent d'une session de formation à l'intention des propriétaires et employés du nouveau commerce participant. Il leur est alors explicité non seulement le fonctionnement du système, mais aussi les bénéfices environnementaux associés. Cette formation contribue à susciter chez les employés un sentiment de fierté vis-à-vis du projet.

Par la suite, des visites de suivi sont effectuées après 30 jours et après 60 jours afin de répondre aux questions des employés, évaluer leur niveau de compréhension du système et plus globalement, prendre le pouls de la bonne marche du projet dans le commerce.

En outre, la page Facebook de La tasse permet de communiquer au grand public les enjeux relatifs aux contenants à usage unique. Ces publications sont largement relayées par les commerçants comme les individus, pouvant ainsi atteindre 5 500 personnes.

Les médias sont également intéressés d'aborder les enjeux environnementaux en présentant des solutions positives. L'Éco-quartier a ainsi pu rejoindre un vaste public via des médias web (Un point cinq), écrits (Journal 24 h, Le Devoir, Métro), radiophoniques (CBC, Première chaîne de Radio-Canada) ou télévisuels (MATV). Ces occasions de présenter La tasse sont également des opportunités pour parler plus largement des enjeux de pollution et d'éco-citoyenneté. Bien qu'une étude de la valeur des retombées médiatiques n'ait pu être réalisée, la valeur de ce temps d'antenne et de l'espace éditorial accordé est bien réelle et avoisinerait les 10 000 \$, selon les estimations.

Enfin, l'équipe de La tasse participe également à des événements ciblés afin de sensibiliser la population aux enjeux des gobelets jetables à usage unique (ex. : Colloque sur la gestion des matières résiduelles de Réseau Environnement, Festival zéro déchet).

Les communications, auprès des commerces comme des clients, portent un message positif, clair, en mode solution, de façon à générer un sentiment de compétence et donc, un changement de comportement.

La mise en place de solutions concrètes, même à une échelle réduite, suscite un intérêt médiatique et des occasions de sensibilisation d'une valeur non négligeable.



7.3.

Comportement des acteurs

Selon un sondage réalisé auprès de 107 répondants, dont 47 utilisateurs effectifs de La tasse, voici le portrait global des utilisateurs :

- 72 % ont compris qu'il n'est pas nécessaire de laver La tasse pour la rapporter.
- 98 % ont compris qu'ils peuvent la rapporter dans n'importe quel commerce du réseau.
- 74 % des utilisateurs possèdent un autre gobelet réutilisable, 43 % d'entre eux souhaitent néanmoins conserver La tasse.
- Pour 26 % des répondants, La tasse est leur seul gobelet réutilisable, ils sont alors 73 % à décider de l'adopter définitivement.
- Les répondants possèdent en moyenne 0,9 La tasse chacun.

Globalement, les utilisateurs possèdent moins d'une La tasse chacun, ce qui confirme que les tasses ne sont pas accumulées par les utilisateurs.

Néanmoins, il sera nécessaire de communiquer sur l'importance de rapporter La tasse si l'utilisateur possède un autre gobelet réutilisable.

-
- Il y a eu 107 répondants dont seulement 47 utilisateurs effectifs de La tasse.
 - L'analyse a été réalisée dans un contexte de projet pilote après trois mois d'implantation du système.
-

Limites de l'analyse

8.

Retombées

8.1.

Retombées économiques

L'investissement initial minimal pour un commerce est de 250 \$ pour l'acquisition de 50 tasses ainsi que de l'ensemble des outils de promotion du commerce.

Les retombées économiques pour les commerçants sont d'une part, les économies réalisées sur l'achat de gobelets jetables; d'autre part, l'attraction de nouveaux clients en s'associant à un projet novateur aux valeurs positives. En outre, la rétention des clients existants est également une retombée économique non négligeable. En effet, plusieurs commerçants ont indiqué leur désir de répondre aux préoccupations environnementales de leur clientèle.

Si les considérations de rétention et d'attraction de la clientèle sont difficilement quantifiables, les économies réalisées sur les achats de gobelets jetables peuvent être mesurées. Le tableau ci-après examine les économies potentielles réalisées par les commerçants si l'ensemble des gobelets jetables sont remplacés par des tasses réutilisables. Le calcul se base sur une année comportant 313 jours travaillés, soit 6 jours par semaine.

Commerce	Composition gobelet pour emporter	Poids (g)	Coût unitaire (\$)	Gobelets distribués / jour	Économies potentielles / années (\$)
Commerce A	PLA compostable	10	0,10	60	1 878 \$
Commerce B	Carton et polyéthylène	10	0,15	25	1 173 \$
Commerce C	Carton et polyéthylène	7,8	0,15	20	939 \$
Commerce D	Carton et polyéthylène	11	0,05	50	782,50 \$
Commerce E	Carton et polyéthylène	10	0,10	40	1 252 \$
Commerce F	Carton et polyéthylène	8,3	0,15	15	704,25 \$
Commerce G	Carton et polyéthylène	11	0,10	50	1 565 \$
Commerce H	Carton et polyéthylène	8	0,15	15	704,25 \$
Moyenne par commerce			0,12	34	1 124,84 \$

Ainsi, le potentiel maximal moyen d'économies annuelles réalisées par ce type de commerces serait de 1 125 \$ par an.

Notons que les retombées économiques liées à la gestion des déchets évités n'ont pas été comptabilisées. Le ramassage et le traitement de ces gobelets abandonnés dans les lieux publics ou privés engendrent effectivement des frais bien réels. Par exemple, selon [étude des Valoristes](#), le tiers du volume des bacs de recyclage et le quart des poubelles publiques sont remplis par des gobelets à usage unique.

8.2. Retombées environnementales

Les gobelets à usage unique sont une source indéniable non seulement de déchets mais également de gaspillage de ressources naturelles et énergétiques. Dans le cadre de ce projet spécifique, il n'a pas été possible de mesurer scientifiquement les émissions de GES ou les ressources naturelles sauvées par le projet. Il est néanmoins possible d'évaluer les matières résiduelles évitées par le remplacement des gobelets jetables. Cette évaluation est retranscrite dans le tableau ci-après. Le calcul se base sur une année comportant 313 jours travaillés, soit 6 jours par semaine.

Commerce	Poids (g)	Quantité distribuée / jour	Évitement matière compostable / année (kg)
Commerce A	10	60	187,8
Commerce	Poids (g)	Quantité distribuée / jour	Évitement déchets ultimes / année (kg)
Commerce B	10	25	78,25
Commerce C	7,8	20	48,83
Commerce D	11	50	172,15
Commerce E	10	40	125,2
Commerce F	8,3	15	38,97
Commerce G	11	50	172,15
Commerce H	8	15	37,56
Moyenne	9	31	87,33

Seul le Commerce A génère des matières compostables avec les gobelets à emporter. Il est cependant à noter qu'il est très probable que ces gobelets soient tout de même enfouis étant donné qu'aucune installation pour recueillir les matières organiques ne se trouve aux abords du café et que les installations de traitement des matières organiques au Québec ne semblent généralement pas prendre en charge les plastiques compostables PLA adéquatement. Les autres commerces génèrent des gobelets en carton et polyéthylène, non recyclables.

Estimations selon les consommations quotidiennes :

- Pour chaque utilisateur de La tasse, sur une moyenne de 0,6 café consommé par jour, 0,4 l'est dans La tasse (60 %). Donc 0,4 gobelet jetable est évité chaque jour pour chaque utilisateur de La tasse.
- Cela équivaut à 120 gobelets jetables (ou 1,1 kg) évités/an pour chaque La tasse en circulation.
- Le seuil de rentabilité environnementale de 30 à 60 utilisations (selon la

méthode de lavage et la comparaison avec un gobelet jetable avec ou sans couvercle) établi par le CIRAIG dans son ACV est atteint après 11 à 22 semaines (50 utilisations atteintes en 19 semaines).

Estimations selon les consommations hebdomadaires :

- Pour chaque utilisateur de La tasse, sur une moyenne de 2,2 cafés consommés par semaine, 1,4 l'est dans La tasse (65 %). Donc 1,4 gobelet jetable est évité chaque semaine pour chaque utilisateur de La tasse.
- Cela équivaut à 75 gobelets jetables (ou 0,7 kg) évités/an pour chaque La tasse en circulation.
- Le seuil de rentabilité environnementale de 30 à 60 utilisations (selon la méthode de lavage et la comparaison avec un gobelet jetable avec ou sans couvercle) établi par le CIRAIG dans son ACV est atteint après 21 à 41 semaines (35 utilisations atteintes en 19 semaines).

8.3.

Retombées sociales

En ce qui concerne les ressources humaines des commerces, la tâche additionnelle de laver les contenants réutilisables retournés n'a pas soulevé de mécontentement parmi les employés. Ils ont au contraire exprimé un enthousiasme, voire une fierté à prendre part au projet.

Leçon à tirer

Un projet de contenants réutilisables suscite des sentiments très positifs chez les employés, malgré les nouvelles tâches à accomplir en comparaison avec le jetable.

9.

Facteurs de succès

Voici les principaux facteurs ayant contribué au succès du projet :

- Le temps important accordé à la documentation a permis l'identification des meilleures pratiques en termes de choix du contenant et de mode de fonctionnement du système.
- Le seuil tarifaire d'acceptabilité par la population locale a été respecté.
- Un système de gouvernance participative permet de réunir des commerces aux réalités et clientèles très différentes et ainsi bâtir un projet inclusif (pour les commerçants comme pour les citoyens).
- Un projet construit en réseau développe un sentiment d'appartenance à la communauté chez les commerçants comme chez les citoyens.
- L'inclusion des employés favorise une meilleure intégration du projet au commerce.
- Un incitatif économique sous forme de surcoût suscite une adoption de l'option réutilisable de façon beaucoup plus importante par la clientèle.

10.

Optimisation et futurs développements

Le projet pilote a été un succès pour les commerces et fut très bien accueilli par la population. Dès les premières semaines d'implantation, près de 80 commerces ont spontanément contacté l'organisme pour rejoindre le réseau La tasse. En juin 2019, le réseau comptait 204 commerces participants, en plus de 165 commerces souhaitant rejoindre la prochaine phase d'expansion (en septembre).

L'expansion du système en réseau fait en effet beaucoup de sens d'un point de vue économique, car la réduction des coûts d'approvisionnement par un grand volume d'achat est une condition de pérennité du projet. Un réseau plus large permet également de répondre adéquatement à la mobilité de la clientèle. L'année 2019 verra donc le réseau La tasse s'agrandir.

D'autre part, les méthodes de documentation du cycle de vie du gobelet La tasse et de son utilisation par la clientèle méritent d'être raffinées, afin de produire une analyse précise des retombées économiques et environnementales du projet. Du point de vue social, le travail se poursuit avec le fournisseur chinois de La tasse afin d'améliorer les conditions de fabrication du produit, tout en poursuivant les recherches dans le but d'arriver à fabriquer La tasse localement.

Références

[Site Internet de La tasse](#)

[Page Facebook de La tasse](#)

[Revue de presse de La tasse](#)

[Étude de caractérisation des matières résiduelles hors foyer à Montréal](#), Coop des Valoristes, 2018

[Rapport technique analyse du cycle de vie de tasses réutilisables et de gobelets à café à usage unique](#), CIRAIG, 2014

© Photo Krystel V. Morin

© Photo JEUDI photo