

Michel-Edouard Leclerc, l'une des manifestations les plus tangibles de votre engagement a consisté à supprimer une grande partie de tous ces sacs en plastique distribués dans les magasins. Un film publicitaire réalisé par l'agence Alice et diffusé dans les salles de cinéma, reprend ce slogan : « Il y a des endroits où nous ne voulons pas voir notre nom, et surtout pas sur ces sacs abandonnés ». D'où vous est venue cette idée ?

Cela c'est passé très simplement. Un jour, sur un plateau de télévision, le chanteur Antoine, qui sillonne les mers chaudes (heureux homme !), a interpellé Patrick Poivre d'Arvor et lui a demandé si, connaissant mon engagement écologiste, il ne pouvait pas faire quelque chose pour me convaincre de supprimer toute cette pollution par les sacs plastique. J'ai reçu le message cinq sur cinq. Il faut savoir que, chaque année en France, plus de 14 milliards de sacs plastique sont distribués dans le commerce. Jeté dans la nature, un sac plastique, certes, se décompose, mais il lui faut 200 années pour disparaître. Il pollue donc l'environnement pendant 7 générations.

Tour à tour, les grands marins parmi les plus prestigieux, comme Eric Tabarly, Olivier de Kersauson ou Isabelle Autissier, ont relayé ce message et m'ont apporté leur témoignage.

Bâtir un plan d'action n'était pas évident. Ce ne sont pas les patrons de supermarchés qui laissent les sacs sur la plage ou dans les ruisseaux. Il fallait en appeler à la responsabilité des consommateurs, les interpeller et, sans les irriter, les amener à modifier leur comportement. La facilité eût été, comme l'ont fait partout en Europe certains concurrents, d'enlever tout simplement les logos sur les sacs plastique et de continuer à distribuer allègrement des sacs blancs.

Ce sont les centres E. Leclerc du bord de mer, de Concarneau, de Lannion, de La Rochelle ou de Royan, qui m'ont proposé l'idée du sac consigné. Avec ce programme : distribuer de vrais cabas, solides, jolis, sans publicité, les consigner pour 15 centimes d'euro, s'engager à les reprendre, à les nettoyer, et à les faire recycler.

Depuis le référendum corse de l'été 2003, et alors que les îliens ont plébiscité ce système, ce choix paraît le meilleur. Pourtant, je vous assure que ce n'était pas évident. D'abord parce qu'il s'agissait d'instaurer une contrainte dans la démarche des consommateurs : ne plus distribuer des petits sacs bretelles, exiger une consigne, faire en sorte qu'ils les stockent et les ramènent. Ensuite, le modèle économique n'était pas forcément viable (les cabas coûtent beaucoup plus cher à fabriquer que les petits sacs jetables). Enfin, il fallait prouver que la solution retenue était techniquement et écologiquement la bonne.

Aux Etats-Unis, en Australie ou au Canada, les supermarchés ont remplacé les sacs plastique par des sacs en papier !

En apparence, c'est la bonne solution puisqu'un sac papier se dégrade très vite du fait des intempéries ou de l'ensoleillement. Seulement, on oublie de dire que la fabrication de ces sacs utilise deux fois plus d'énergie, 6 fois plus de matières premières, 20 fois plus d'eau dans laquelle on rejette évidemment du chlore et autres produits chimiques. Bref, ce que l'on appelle l'éco-bilan de la filière papier n'est guère favorable à la lutte contre la pollution.

Les autres alternatives ne sont toujours pas opérationnelles. Les sacs biodégradables n'ont de biodégradable que les particules d'amidon qui enserrant les éléments de plastique. Les sacs photodégradables sont difficiles à stocker et coûtent très cher et les sacs aquadégradables posent d'évidents problèmes de praticité, surtout vu de Bretagne ou de Normandie (*sic* !).

Croyez-moi. Je suis devenu imbattable sur le sujet (et intarissable, comme vous pouvez le constater), mais l'affaire n'était, si j'ose dire, « pas dans le sac ». Il a fallu mobiliser les

compétences des chercheurs de l'Ifremer, dont les études ont révélé la présence de 120 millions de sacs plastique dans les fonds marins et sur les côtes françaises. Grâce à l'implication de quelques professeurs du CNRS, nous avons remporté l'adhésion d'une majorité de propriétaires de magasins et de caissières réunies en convention. Gérard d'Aboville, aujourd'hui « rangé des pagaies », mais à l'époque, recordman de la traversée océanique à la rame, a su prêter ses convictions et sa pédagogie de Shadok.

Eh bien, le résultat est là. Avant 1996, notre groupement distribuait chaque année 1 milliard de sacs. Aujourd'hui, il en distribue 50 millions, soit 20 fois moins. Au total, sur 6 ans, nous avons économisé 28 700 tonnes de plastique, et 6 millions de foyers français utilisent nos sacs consignés.

Alors, je le dis tout net à l'intention de nos concurrents qui ont très tôt raillé notre système et crié au casse-cou, nous n'avons pas perdu de clients. 85 % d'entre eux réutilisent leurs sacs quand ils reviennent faire leurs courses et la démarche est largement préconisée par les populations les plus jeunes.