

## CHANGER NOTRE DEFINITION DU DECHET

Assen SLIM\*

Chaque Français rejette en moyenne 553 kg de déchets par an. Au palmarès des habitants de l'UE produisant le moins de déchets, les Français occupent la 17<sup>e</sup> place (sur 27) faisant beaucoup mieux que les Irlandais (804 kg) ou les Chypriotes (745 kg) mais restant largement à la traîne des Polonais (259 kg) et des Tchèques (296 kg).

Si le déchet est bien ce qu'affirme le dictionnaire, c'est-à-dire « ce qui reste d'une matière qu'on a travaillée », le « résidu impropre à la consommation, inutilisable (et en général sale et encombrant) », alors le bon sens pousse à rechercher son élimination par tous les moyens. Le développement durable, ce serait « zéro déchet » ! Toutefois, comment atteindre cet objectif dans notre société de consommation de masse où le « toujours plus » cède progressivement le pas au « toujours plus jetable » ? Comment effacer le déchet de la planète alors que celui-ci est inscrit dans notre métabolisme biologique même ? Songez que depuis que vous lisez cet article vous avez déjà rejeté dans l'atmosphère 1,2 gramme de CO<sup>2</sup> (soit 1,7 kg par jour et 620 kg en un an), l'un des gaz responsable du réchauffement climatique. Et c'en est ainsi de toutes nos autres fonctions vitales : l'organisme humain extrait de la nature ce dont il a besoin et rejette les résidus. C'est ainsi, le déchet est indissociable de l'homme. Et ce n'est pas par hasard si nos entreprises procèdent exactement de la même façon. Mais s'il est impossible d'éliminer le déchet, quelle est la bonne attitude à adopter face à ce dernier ? Il existe au moins deux réponses.

La première est évidente et découle directement de ce qui vient d'être dit. Si le déchet ne peut disparaître, il peut néanmoins être considérablement réduit et « l'économie de la fonctionnalité » peut y aider. Cette dernière décrit une situation dans laquelle les consommateurs n'achèteraient plus le bien, mais la « fonction » du bien. Par exemple, un fabricant de chaudière ne vendrait plus la chaudière en elle-même mais le service « chaleur ». Pour les entreprises, les profits les plus importants viendraient alors des services d'usage et de maintenance, tandis que pour les consommateurs l'usage deviendrait plus important que la possession. Deux entreprises pionnières en France se sont déjà lancées dans ce créneau (Xerox avec les photocopieurs et Michelin avec les pneumatiques). Si elle devait être généralisée, cette pratique substituerait naturellement un « toujours plus durable » au « toujours plus jetable »...

La deuxième pratique consiste à « imiter la nature », c'est-à-dire à recycler au maximum ce qui peut l'être, mais également à faire fonctionner les sociétés industrielles en cycles fermés à l'image des écosystèmes naturels. Dans ce cas les déchets des uns deviendraient les ressources des autres. L'expérience de la Grande-Synthe en France en est une illustration parfaite.

Mais toutes ces pistes impliquent une révision totale de notre définition du déchet devant désormais être perçu comme un élément à multiples dimensions pouvant provenir de l'extraction, de la fabrication ou de la consommation, se présenter sous forme gazeuse, liquide ou solide et être réutilisé sans transformation, recyclé après transformation ou être irrécupérable.

\* Assen SLIM est maître de conférences aux Langues'O et professeur d'économie à l'Essca.