



LA COMMUNICATION RELATIVE A LA PREVENTION DES DECHETS

— TENDANCES, BONNES PRATIQUES ET BENCHMARK



ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Energie

Ce document est édité par l'ADEME

ADEME

Direction régionale Nouvelle-Aquitaine
60 rue Jean Jaurès
CS 90452 | 86011 Poitiers Cedex

Coordination technique : Marie-Jeanne LE CASTREC, ADEME

Rédactrice : Nathalie LEROY, Com' un éco

Crédits photo : Greenflex, Zéro Waste, Ademe, Surfrider,
Récita, La République des Pyrénées et Evolis

Création graphique : Nathalie LEROY, Com' un éco

Impression : Imprimé en France - Votre imprimeur + réf.
environnementales par ex : certification PEFC, Iso 14001,
Imprim'vert, Print Environnement

Brochure réf. 010962

ISBN : 979-1-02971-407-8 - Août 2019

Dépôt légal : ©ADEME Éditions, août 2019

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

SOMMAIRE

CONTEXTE	6
PREVENTION DES DECHETS ET COMMUNICATION	7
PANORAMA DES PROFILS TYPES DE CONSOMMATEURS	8
SEGMENTATION DES CONSOMMATEURS	9
TYPOLOGIE DE CONSOMMATEURS	10
TYPOLOGIE DES FACILITATEURS.....	11
NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION	12
EVOLUTIONS SOCIO-ECONOMIQUES ET TECHNOLOGIQUES	13
ENTREPRISES.....	13
UN MONDE HYPERCONNECTE.....	14
EFFET DE MODE	14
ACHAT D'EQUIPEMENTS.....	15
LES TENDANCES ALIMENTAIRES	15
MAGASINS D'ALIMENTATION.....	15
POTAGERS.....	16



GASPILLAGE ALIMENTAIRE	16
LES ECOLOS ENGAGES.....	16
EVENEMENTS FESTIFS	16
TOURISME	16
SYNTHESE ETUDE ADEME	17
ELABORER ET CONDUIRE AVEC SUCCES UN PLPDMA.....	18
<i>ACTIONS DE PREVENTION / AXES TRANSVERSAUX</i>	18
<i>AXES THEMATIQUES</i>	20
LA SENSIBILITE DES FRANÇAIS A LA PREVENTION DES DECHETS	24
LE CITOYEN, UN ACTEUR CLE DE LA PREVENTION	25
LA SERD AU SERVICE DE LA SENSIBILISATION.....	25
DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION POUR INCITER A AGIR.....	26
LES ASSOCIATIONS DES RELAIS IMPORTANTS.....	26
SYNERGIES AVEC LES POLITIQUES TERRITORIALES	27
BIBLIOGRAPHIE.....	27
BONNES PRATIQUES EN NOUVELLE AQUITAINE.....	28
PRESERVONS NOS ESPACES NATURELS	29
REEMPLOI.....	30
DECHETS D'ENTREPRISES.....	31
EDUCATION A L'ENVIRONNEMENT.....	32
BIODECHETS	33
EVENEMENTIEL	33
BENCHMARK FRANCE ET INTERNATIONAL	34
NOUVELLES TECHNOLOGIES.....	35
EVENEMENTIEL	36
GASPILLAGE ALIMENTAIRE	37
DECHETS VERTS ET BIODECHETS	38
ECONOMIE D'ENERGIE ET ECO-CONSOMMATION	39
ECONOMIE : LE TOURISME	41



LE CONTEXTE



PREVENTION DES DECHETS ET COMMUNICATION

Le **programme national de prévention des déchets 2014-2020** a pour ambition de rompre la corrélation entre production de déchets et croissance économique et démographique.

Il traite de l'ensemble des catégories de déchets et concerne l'ensemble des acteurs économiques.

Il a pour objectif :

→ Une diminution de 10 % de l'ensemble des déchets ménagers et assimilés (DMA) par habitant par an à horizon 2020 par rapport à 2010, dans la continuité du précédent plan national (limité aux ordures ménagères).

→ Une stabilisation au minimum de la production de déchets des activités économiques (DAE) d'ici à 2020.

→ Une stabilisation au minimum de la production de déchets du BTP d'ici à 2020, avec un objectif de réduction plus précis à définir.

Afin de participer à ces objectifs ambitieux, **les chargés de communication de syndicats de traitement et de gestion des déchets, de collectivités ayant intégré la compétence déchets et les associations ayant intégré une dimension de prévention des déchets** doivent s'attacher à déployer les politiques de communication les plus adaptées.

Ces politiques devant d'une part s'attacher à être décliné selon la cible et la **typologie de consommateur d'une part** et **anticiper / s'adapter à des nouveaux modes de consommation** d'autres parts.



PANORAMA DES PROFILS TYPES DE CONSOMMATEURS

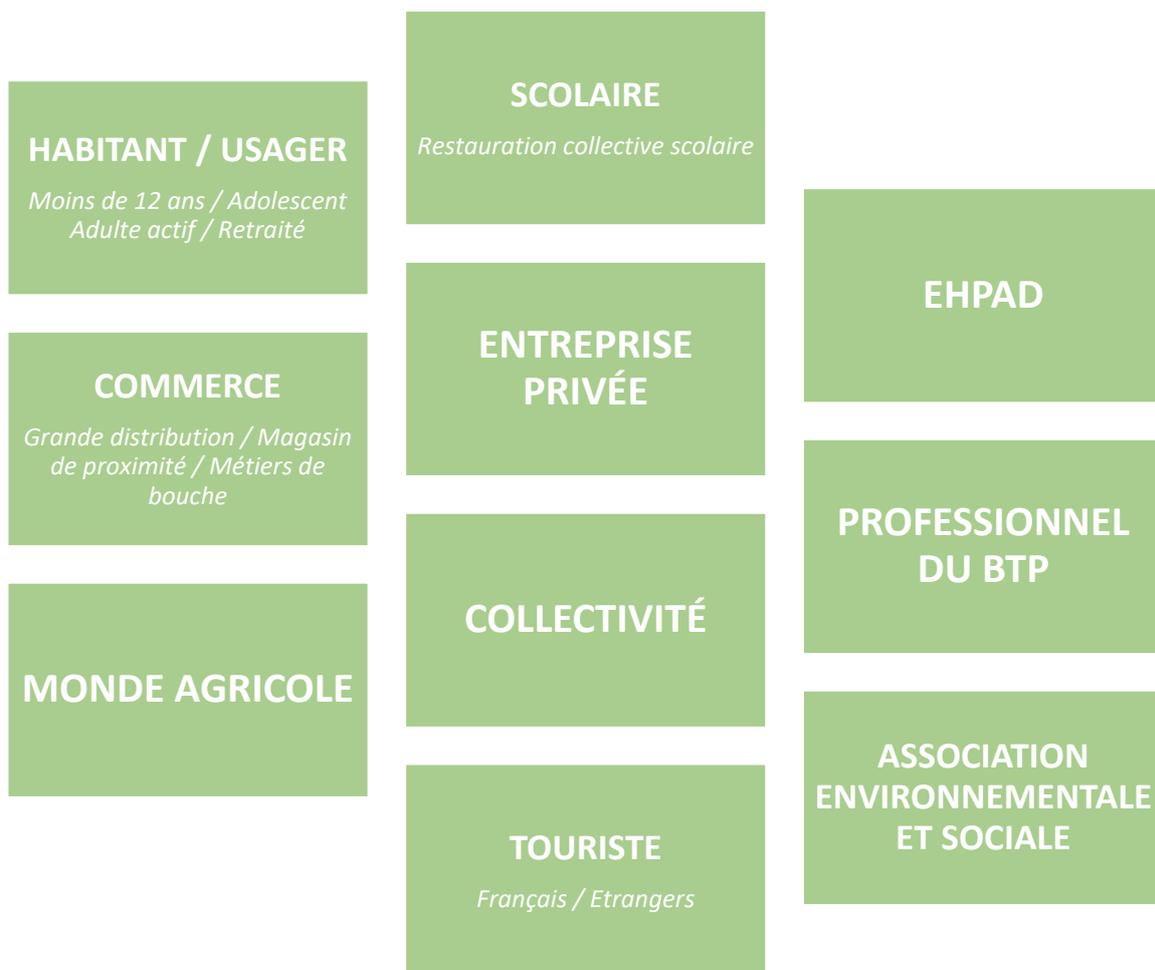


SEGMENTATION DES CONSOMMATEURS



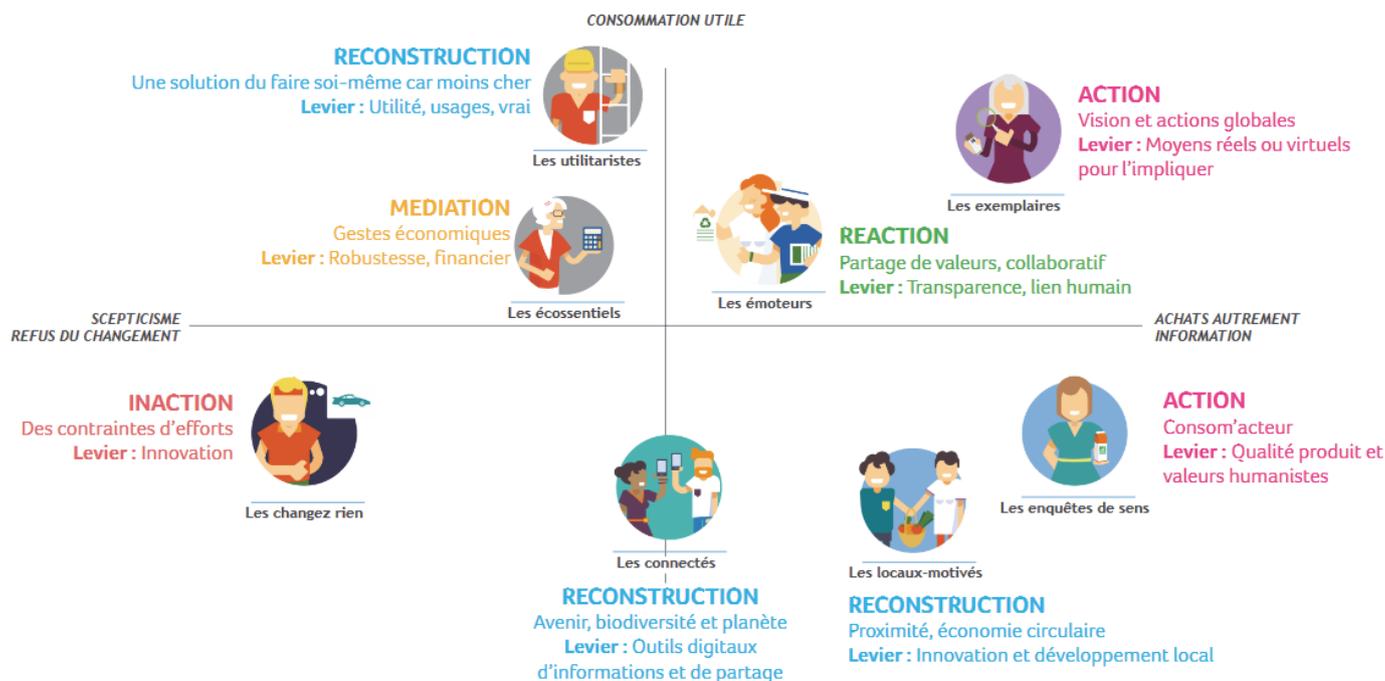
Afin d'adapter au mieux sa communication, il est fondamental d'avoir identifié les **différents segments** de ses consommateurs liés à la prévention déchets.

Les grandes catégories se répartissent de la façon suivante :



TYPLOGIE DE CONSOMMATEURS

Les typologies de consommateurs permettent d'enrichir la connaissance de sa cible au regard de ses leviers et motivations face aux déchets.



Source : GREENFLEX

Synthèse par profil :

INACTION	MEDIATION	RECONSTRUCTION	ACTION	REACTION
1 groupe	1 groupe	3 groupes	2 groupes	1 groupe
Les changez rien	Les essentiels avec des recherches d'économies au quotidien	Les utilitaristes dans l'utilité, la durabilité Les connectés cherchant à sécuriser l'avenir de la planète et les locaux-motivés par l'action du développement local	Les enquêtes de sens avec une consommation de qualité, durable et Les exemplaires guidés par leur vision globale du monde	Les émotteurs motivés par les valeurs de partage et une transformation sociale et sociétale

TYPOLOGIE DES FACILITATEURS

En complément de la segmentation et des profils type de consommateurs lié aux déchets, la connaissance des facilitateurs en termes de communication permettra de renforcer la performance de ses actions de communication



L'élu : Ses réseaux politiques lui permettent de faire des liens entre les politiques à différentes échelles de territoire et favorise la transversalité de l'action de la collectivité.



Le technicien de la collectivité, qu'il soit en charge de la Prévention ou porteur d'une autre politique publique. Il est l'interlocuteur technique reconnu dans différentes instances multi-acteurs. Il sait s'adresser aux publics cibles de sa politique avec le bon positionnement.



Les acteurs du territoire (chefs d'entreprise, associatif...). Ils sont force d'exemple auprès de leurs pairs dans la collaboration avec la collectivité et savent communiquer avec eux de façon efficace



La sphère communicante : la presse, les médias, les réseaux sociaux, les influenceurs...qui permettent de relayer l'ensemble des actions mises en place, de les appuyer et de les diffuser à toute leur communauté

NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION



NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION

L'étude ci-dessous reprend l'ensemble des grandes tendances de consommation ayant un impact sur la production de déchets

EVOLUTIONS SOCIO ECONOMIQUES ET TECHNOLOGIQUES



Les évolutions socio-économiques et technologiques changent profondément les modes de consommation : L'arrivée de la génération Y, la digitalisation des relations consommateurs, l'uberisation, la montée de l'économie collaborative. Ces tendances tirent les mutations des modes de consommation. Mais d'autres évolutions de fond ont un impact tout aussi fort :

- Le poids croissant des seniors dans l'économie
- La prise de pouvoir des femmes
- L'importance croissante de l'écologie et du bien-être

Les seniors représentent **19% de la population** en 2016 ; en 2030 ils seront 29% de la population et concentreront un tiers des revenus. Ils passent environ **15h par semaine sur internet** et leur niveau d'équipement est très élevé

SENIORS		JEUNES (gen y)
3.2	NB D'APPAREILS MOBILES	3.9
71%	UTILISATION RESEAUX SOCIAUX	97%

Les seniors sont fidèles aux marques et ont une préférence pour les magasins de proximité.

Le pouvoir économique (et donc **de décision**) **des femmes augmente** : leur taux d'activité est passé **de 59%** en 1975 à **67,6%** en 2015, et elles sont aujourd'hui plus nombreuses à être diplômées que les hommes.

Le **bien-être** et l'**écologie** font désormais partie des principaux **critères d'achat**.

Source : KPMG : <https://home.kpmg.com/fr/fr/home/insights/2016/10/nouvelles-tendances-de-consommation.html>

ENTREPRISES

Les **matières premières naturelles** :

- **Hausse du prix** des matières premières dans le BTP et l'automobile : **acier et cuivre**
- Nécessite de prévenir la production des déchets, sources de ressources matérielles et énergétiques
- Et ne pas produire de déchets, ou du moins, de les valoriser et d'intégrer les produits recyclés dans une économie en cycle.

Source : ADEME : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/etat-des-lieux-sur-les-pratiques-de-prevention-dans-les-entreprises-par-l-universite-de-stuttg>



UN MONDE HYPER CONNECTE

Le **smartphone** :

- Détenus par 2 français sur 3
- Produit représentatif d'une société hyper connectée
- Fort taux de **renouvellement** (tous les deux ans) et donc source de déchets
- **88%** des français **changent** leur téléphone portable **alors qu'il fonctionne** encore...

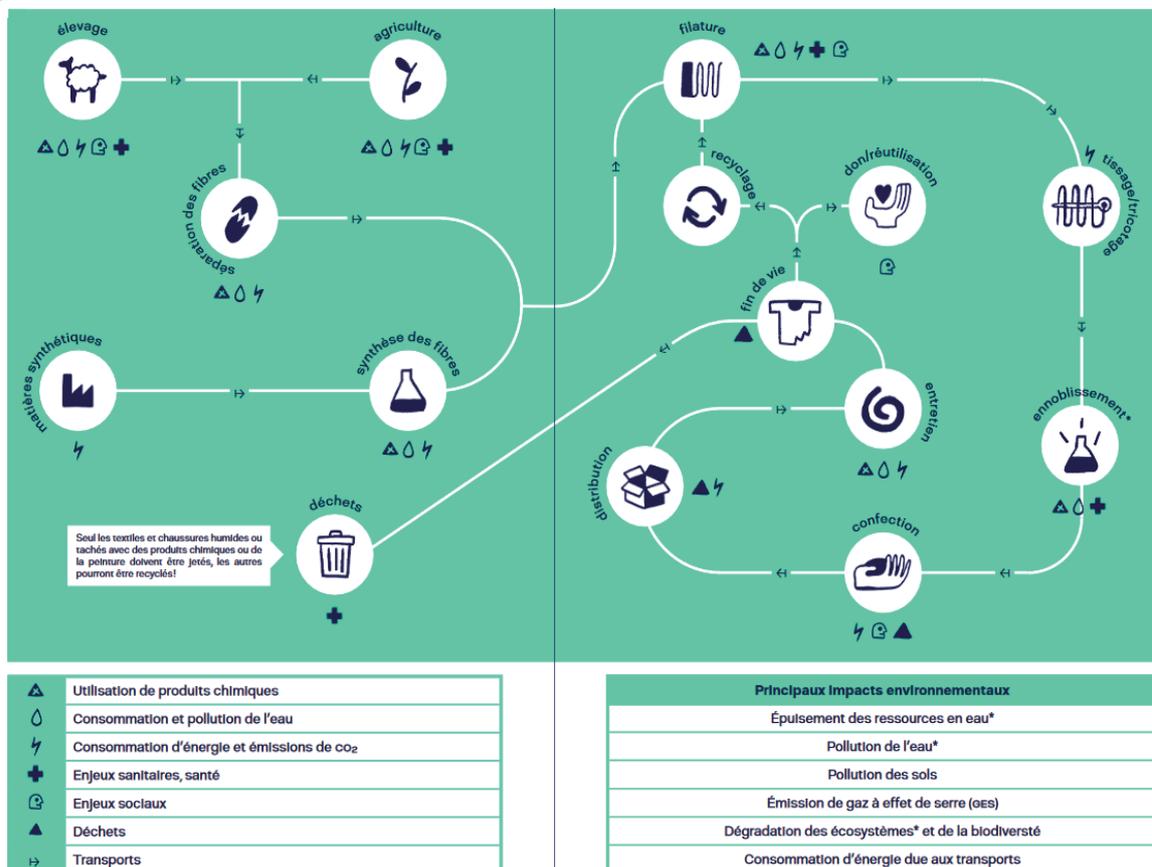


Source : ADEME : <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-impacts-smartphone.pdf>

EFFET DE MODE

En **habillement** :

- Fort taux de renouvellement
- Issu de production lointaine
- Matériaux constitués de **produits chimiques**
- Le lavage des vêtements émet des microplastiques dans les océans
- Source importante de déchets en fin de vie



Source : <https://www.mtaterre.fr/dossiers/mode-ethique-et-responsable-le-revers-de-mon-look>



ACHAT D'EQUIPEMENT

- Achat massif sur internet
- Sites spécialisés dans l'échange
- Services pour personnaliser son produit
- Achat / revente produit d'occasion
- Troc
- Location



Plus d'un Français sur deux a acheté des produits d'équipement de l'habitat sur Internet sans l'avoir vu en magasin

Source : LES ECHOS <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/10032306-tendance-louer-plutot-qu-acheter-un-nouveau-business-36539.php>:

LES TENDANCES ALIMENTAIRES

Manger n'est plus seulement un plaisir et devient une préoccupation pour **notre santé**

- Besoin de connaître les valeurs nutritionnelles
- Nouveaux régimes : sans gluten, sans lactose, vegan, végétarien

9 français sur 10 consomment bio au moins occasionnellement

- Manger local séduit et rassure : le made in France est pour 60% des français gage de **qualité**
- Prêt à payer plus cher pour un **achat local**

De moins en moins de temps à la préparation des repas

- Nouvelle offre de service : livraison, sites collaboratifs de recettes, application d'aide à la nutrition, kits à cuisiner

Source : SOCIALFOOD : <http://socialfood.fr/infographie-tendances-food-2017>

MAGASINS D'ALIMENTATION

- Développement des circuits courts (AMAP) et locaux
- Drive
- E-commerce
- Commerce de proximité
- Concentration des enseignes, suprématie des grands groupes et des marques mondiales



La grande distribution a une place prépondérante au sein du commerce de détail. Ce secteur de la distribution est donc un acteur prioritaire pour aborder la question de l'acte d'achat avec le consommateur

Source : ADEME : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/la-grande-distribution-un-acteur-clef-de-l-eco-conception-l-eco-consommation>
ALIMENTATION GENERALE : <https://alimentation-generale.fr/analyse/prospective-les-grandes-tendances-du-systeme-alimentaire>

POTAGERS

Développement de jardins, terrasses, balcons

- Jardins partagés
- En ville ou en campagne

Le jardin est devenu la **5ème pièce** de la maison : **89%** des foyers disposent aujourd'hui d'un espace de jardinage (jardin, terrasse, balcon...). Le tout complété par des jardins urbains en fort développement

90% des français se disent adeptes du jardinage ... de préférence naturel et sans polluants

Source : PLANETOSCOPE <https://www.planetoscope.com/habitat/1094-le-marche-du-jardinage-en-france.html>

GASPILLAGE ALIMENTAIRE

- Tendance émergente de mobilisation pour la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Hausse du gaspillage alimentaire lors de vacances, invités...
- Fort taux de gaspillage alimentaire à l'hôpital

Source ADEME : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/foyers-temoins-gaspillage-alimentaire>
<http://www.optigede.ademe.fr/fiche/reduire-le-gaspillage-alimentaire-l-hopital>

LES ECOLOS ENGAGES

- Famille zero déchet
- Locavore
- Zero plastique
- DIY
- Boycott de marques
- Slow food



Source : ENCYCLO-ECOLO https://www.encyclo-ecolo.com/Nouvelle_consommation

EVENEMENTS FESTIFS

Le nombre d'évènements festifs est important en France (festival, évènement local de village, concert...) avec un **fort pouvoir de génération de déchets** et d'utilisation de **produits jetables**

Source : ADEME <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/gobelets-reutilisables-evitons-de-faire-trinquer-la-planete>

TOURISME

- Une explosion du trafic aérien avec des séjours courts
- Eco-tourisme ou tourisme vert en cohérence avec le développement des courts séjours
- Tourisme solidaire
- L'hébergement collaboratif et alternatif
- Les co-vacances
- Le slow tourisme
- Le tourisme créatif
- L'essor des destinations locales

Source : CONSOGLOBE <https://www.consoglobe.com/7-tendances-changent-industrie-tourisme-cg/8>

SYNTHESE ETUDE ADEME



Afin d'enrichir l'analyse portant sur la communication relative à la prévention déchets, une synthèse d'études réalisées par l'ADEME a été réalisée.

Elle présente à la fois des clés pour la réussite de son PLPDMA, des zooms sur la population française et son rapport aux déchets et enfin des outils / leviers pour renforcer sa politique de prévention déchets.

ELABORER ET CONDUIRE AVEC SUCCES UN PLPDMA

Actions de prévention – Axes transversaux

1. Être exemplaire en matière de prévention des déchets

sur tous les déchets produits issus du fonctionnement comme de la mise en œuvre des politiques publiques

- **Etablir un diagnostic** des déchets et pratiques des administrations publiques et de leurs établissements
- **Sensibiliser les acteurs** des administrations publiques
- **Diffuser et implanter les outils** et bonnes pratiques au sein des administrations publiques
- **Renforcer et systématiser** la prise en compte de **la prévention** des déchets dans les politiques d'achats publics
- **Développer et renforcer** la politique de consommation éco-responsable de papier bureautique et de dématérialisation des procédures

EXEMPLES DE MISES EN ŒUVRE



- Mener une enquête qualitative auprès des agents (questionnaires), des services et directions (entretiens en face à face) pour évaluer leurs perceptions, les pratiques déjà existantes et valorisables, leurs attentes
- Diffuser des messages de prévention, mettant en évidence les gestes et les bénéfices individuels et collectifs au moyen des outils de communication interne de la collectivité (intranet, feuille de paie, panneaux d'affichage...).
- Mobiliser un référent éco-exemplarité au sein de chaque service
- Adopter une « charte des achats durables »
- Former les services aux principes de l'éco-communication

2. Sensibiliser les acteurs et favoriser la visibilité de leurs efforts en faveur de la prévention des déchets

- Mettre en place des actions de communication en faveur de la prévention des déchets
- Mettre en place des opérations témoins en mettant l'accent sur la diffusion et le suivi
- Organiser des rencontres périodiques sur la prévention des déchets
- Soutenir, ou mener en partenariat, des initiatives de sensibilisation en matière de prévention qualitative



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Donner une identité visuelle à la campagne via une charte graphique dédiée
- Nouer des partenariats presse pour valoriser l'opération à chaque étape
- Animer un réseau d'éco-familles
- Organiser des ateliers de fabrication de produits d'entretien, d'hygiène, de décoration... ou des ateliers d'échange de savoirs.

3. Utiliser les instruments économiques pour favoriser la prévention des déchets

- Mettre en place progressivement la tarification incitative
- Mettre en place ou s'appuyer sur la redevance spéciale
- Donner une visibilité aux soutiens financiers d'actions favorisant la prévention des déchets



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Communiquer sur les progrès réalisés lors de la facturation, dans le bulletin d'information local...
- Sensibiliser les entreprises : En restituant les résultats d'entreprises ayant diminué les coûts liés aux déchets et les quantités produites : via des lettres d'information, réunions, articles de presse, voire informations sur la facture
- Développer/susciter le développement de prix/trophées visant à la prévention des déchets

Axes thématiques

1. Lutter contre le gaspillage alimentaire

- Sensibiliser les acteurs à la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Renforcer la lutte contre le gaspillage alimentaire dans la restauration collective
- Favoriser la mise en place d'un réseau d'acteurs concernés par la lutte contre le gaspillage alimentaires
- Développer l'usage du sac à emporter ou « gourmet bag »



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Événementiel pour sensibiliser aux réalités du gaspillage alimentaire de façon festive (préparation et dégustation collectives de soupes ou smoothies à partir d'invendus, cinéma-débat...)
- Mettre en réseau les établissements (chefs de cuisine, élèves...)
- Initier un groupe de travail à l'échelle du PLPDMA pour accompagner la conception et la mise en œuvre des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire et susciter d'autres initiatives à l'échelle du territoire
- Mener une campagne de promotion du « gourmet bag » auprès des restaurateurs et des consommateurs

2. Eviter la production de déchets verts et encourager la gestion de proximité des biodéchets

- Promouvoir le jardinage au naturel
- Développer la gestion différenciée des espaces verts
- Favoriser la gestion domestique des biodéchets des ménages
- Développer le compostage partagé et le compostage en établissement
- Former les acteurs de la gestion de proximité des biodéchets et leur fournir un appui méthodologique



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Organisation d'ateliers pratiques de fabrication de produits phytosanitaires « naturels »
- Proposer la signature d'une charte d'engagement à la gestion différenciée et valoriser les professionnels signataires
- Organiser des ateliers de démonstration sur des sites de compostage partagé, de jardin partagé, de jardin pédagogique
- Installer des sites de compostage partagé pour des commerçants
- Diffuser les guides méthodologiques de l'ADEME auprès des acteurs relais locaux

3. Augmenter la durée de vie des produits

- Soutenir le développement du réemploi et de la réutilisation
- Soutenir le développement de la réparation et favoriser l'accès aux pièces détachées
- Développer la collecte « préservante » des objets réutilisables
- Encourager et promouvoir l'économie de la fonctionnalité
- Encourager les dispositifs de consigne d'emballages pour le réemploi



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Organiser des actions de type « foyers témoins » ciblées sur le réemploi/réutilisation
- Sensibiliser les scolaires et périscolaires à la thématique de la réparation (visite d'une recyclerie, animations pédagogiques)
- Inciter les acteurs économiques à mettre en place des opérations de collectes préservantes ciblées (ex. : téléphones et ordinateurs usagés, cartons, jouets, livres, etc.)
- Réaliser un guide, annuaire et/ou site Internet dédié à l'économie de la fonctionnalité, ou à l'allongement de la vie des produits de façon plus globale
- Soutenir, accompagner et suivre le développement d'initiatives de consigne

4. Mettre en place ou renforcer des actions emblématiques favorisant la consommation responsable

- Encourager l'utilisation de sacs durables, mettre en œuvre l'interdiction des sacs plastiques à usage unique et accompagner les autres acteurs
- Déployer ou renforcer le dispositif « stop pub »
- Limiter l'usage de produits fortement générateurs de déchets
- Diffuser les outils et bonnes pratiques en matière de consommation responsable



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Organiser ou soutenir une opération de mobilisation des commerçants (y compris sur les marchés) visant l'utilisation de tous types d'emballages réutilisables par les clients (ex. : « Mon commerçant m'emballage durablement »)
- Réaliser un état des lieux du nombre de « Stop Pub » déjà apposés sur les boîtes aux lettres, par un comptage précis et/ou une enquête auprès des habitants
- Organiser ou soutenir une opération de mobilisation des commerçants pour mettre en évidence leur offre en matière de consommation durable
- Élargir l'offre d'animations et/ou de supports pédagogiques à destination des enseignants ; orienter les enseignants vers les outils et jeux existant en matière de consommation durable

5. Réduire les déchets des entreprises

- Sensibiliser les entreprises à la prévention des déchets, notamment via les coûts complets des déchets
- Impulser et essayer les bonnes pratiques en entreprise



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Valoriser les commerçants/artisans et entreprises engagées dans des démarches de réduction des déchets (médiats de la collectivité, presse locale, colloques, événements...) pour susciter l'émulation pratiques existantes.
- Organiser une opération « entreprises témoins » (PME) pour mesurer l'effet des actions de réduction sur le tonnage de déchets produits

6. Réduire les déchets du BTP

- Sensibiliser les maîtres d'ouvrage et autres acteurs du BTP à la prévention des déchets
- Favoriser le réemploi des matériaux du secteur du BTP



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Développer, si besoin en partenariat, des modules de formation permettant de proposer aux maîtres d'ouvrages (chargés d'opération, acheteurs, particuliers) et maîtres d'œuvre des solutions pour réduire leurs déchets
- Accompagner le développement et l'utilisation de labels incluant des engagements en matière de prévention

7. Réduire les déchets marins

- Mettre en place un ensemble cohérent d'actions concourant à la prévention et à la réduction des déchets marins



EXEMPLES DE MISE EN ŒUVRE

- Mettre en place une campagne de communication mettant en évidence les liens entre geste d'abandon et déchets marins, et les bénéfices connexes suivant les spécificités du groupe visé (propreté des plages, loisirs, protection des animaux, santé humaine, économie...)

LA SENSIBILITÉ DES FRANÇAIS À LA PRÉVENTION DES DÉCHETS

- 1 **La quasi-totalité des Français (96 %) considère que la société produit trop de déchets,** mais seulement 12 % pensent que leur foyer produit plus de déchets que la moyenne.
- 2 **Les jeunes générations sont de plus en plus sensibles à la prévention des déchets.** Ainsi par exemple, 43 % des jeunes de 6 à 14 ans étaient capables en 2009 de citer au moins une action de prévention contre 61 % aujourd'hui.
- 3 **La connaissance des actions permettant de réduire la production de déchets progresse chez les Français : ils sont 87 % à déclarer connaître des gestes soit 8 % de plus qu'en 2005.**
- 4 **Le compostage individuel et l'achat de produits sans suremballage ou avec moins d'emballages sont les actions qui incarnent le mieux la prévention.**
- 5 **La connaissance des gestes permettant de réduire la nocivité des déchets est en déclin constant** (seuls 45 % des sondés déclarent connaître des gestes contre 57 % en 2011).
- 6 **Les pratiques évoluent :** le recours à la réparation pour les appareils électroménagers et électroniques a chuté de 15 % depuis 2005, mais dans le même temps, l'achat de produits d'occasion a progressé de 18 %.
- 7 **Un Français sur deux déclare composter ses déchets de cuisine ou ses déchets verts, mais ils sont encore 44 % à déclarer jeter les déchets de cuisine avec les déchets ménagers.**
- 8 **93 % des Français se déclarent attentifs à ne pas jeter de produits alimentaires.** Cette thématique reste pour eux une réelle préoccupation, de plus en plus souvent justifiée par des motivations financières.
- 9 **De « bonnes pratiques » s'ancrent chez les Français, comme en atteste le nombre toujours plus important d'entre eux refusant les imprimés publicitaires dans leur boîtes aux lettres (+ 17 % en 10 ans).**
- 10 **Les actions de prévention mises en place par les entreprises pour leurs salariés ne sont identifiées que par un tiers d'entre eux, mais elles rencontrent une forte adhésion lorsqu'elles sont connues.**



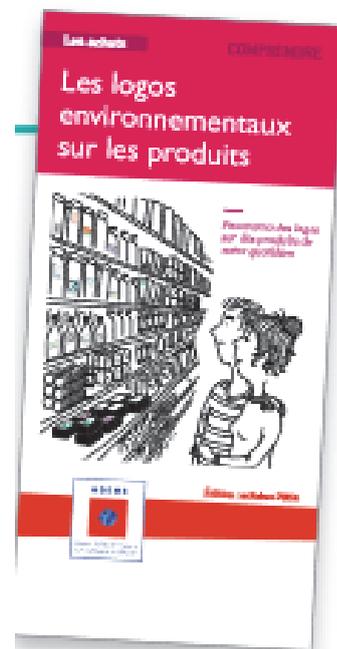
EN SAVOIR +

Sensibilité des Français à la prévention des déchets (La) ADEME 2015. www.ademe.fr/mediatheque

LE CITOYEN UN ACTEUR CLE DE LA PREVENTION

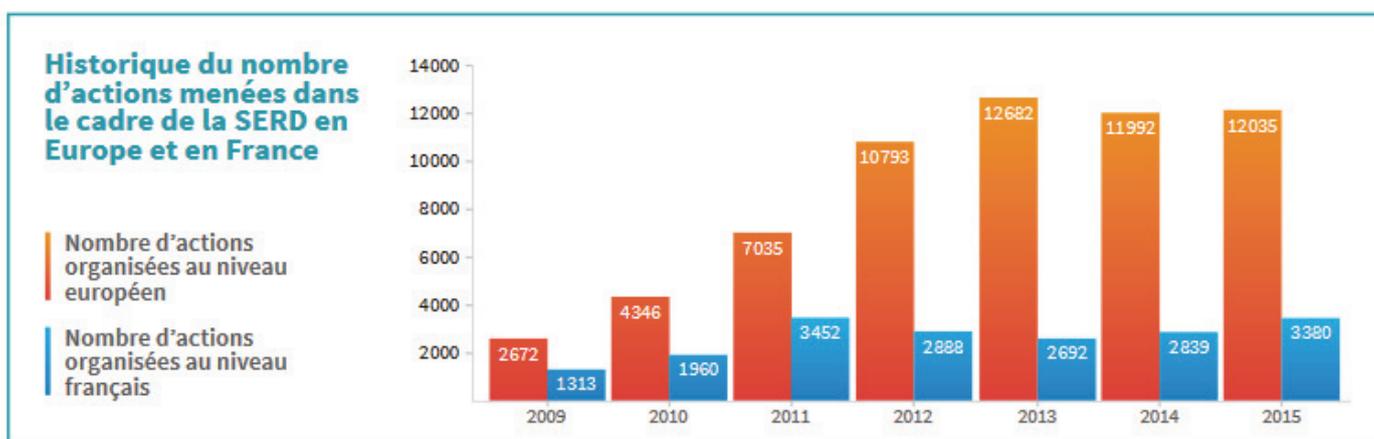
Il s'agit donc dans ce cas, d'aider le consommateur à :

- S'interroger et s'informer
 - Identifier ses besoins
 - Identifier les produits plus respectueux de l'environnement
- Mieux utiliser ses produits
 - Respecter les consignes d'utilisation
 - Limiter les pertes
- Réduire ses déchets
 - Ne pas produire de déchet
 - Respecter les consignes de tri



LA SERD AU SERVICE DE LA SENSIBILISATION

Cet évènement national permet d'aider aux changements de comportement et être un relais des actions engagées tout au long de l'année.



Source : www.serad.ademe.fr

DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION POUR INCITER A AGIR

Des campagnes nationales sur lesquelles s'appuyer selon les thématiques souhaitées et en cohérence avec sa stratégie :

- Campagne de communication « Réduisons nos déchets, ça déborde »
- Campagne nationale « ça suffit le gâchis » : des conseils pratiques, des témoignages des outils

Des campagnes variées pour toutes les cibles : consommateur, entreprises et collectivités



LES ASSOCIATIONS DES RELAIS IMPORTANTS

Les associations environnementales et des associations de consommateurs contribuent à la politique nationale en participant aux travaux de groupe de travail prévention et à la mise en œuvre d'actions du PNPD. Elles mobilisent également leurs adhérents sur le thème de la prévention pour mener des actions sur le territoire. Elles sont généralement représentées et actives au niveau national via des fédérations, constituant ainsi la « société civile ».



SYNERGIES AVEC LES POLITIQUES TERRITORIALES



Les collectivités impliquées dans la prévention peuvent s'appuyer sur les synergies avec les autres politiques menées sur leurs territoires : l'économie et la création d'emplois, l'amélioration des conditions de vie, la création de liens sociaux, le développement de la citoyenneté...

BIBLIOGRAPHIE ÉTUDES ADEME

- **GUIDE PLPDMA**
<http://www.plpdma-guide-ademe.fr/portail.html>
- **Communiqué de presse PLPDMA**
http://presse.ademe.fr/wp-content/uploads/2018/02/CP_PLPDMA_Vdef.pdf
- **Communiqué de presse sur la réalisation d'études ADEME**
https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/dp-ademe-voyage-de-presse-sirdomdi_12102016.pdf
- **Bilan 2016 Prévention de la production des déchets**
https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/prevention-dechets-bilan2016_8835.pdf

BONNES PRATIQUES EN NOUVELLE AQUITAINE



Une étude des bonnes pratiques au sein de la Région, afin de ne pas réinventer ce qui existe déjà et étendre son réseau.

PRESERVONS NOS ESPACES NATURELS

en s'appuyant sur le tissu associatif, expert et engagé

NETTOYONS LA NATURE – GUERET

- OBJECTIF** Opération de ramassage de déchets sauvage
- MODE D’ACTION** Des kits de nettoyage sont fournis (gants de plusieurs tailles)
Evènement animé sur Facebook avec constitution d'une communauté



Source :

<https://www.facebook.com/events/1878764245536177/?a>

OCEAN INITIATIVE

- OBJECTIF** Nettoyer les espaces marins
- MODE D’ACTION** Les Initiatives Océanes sont des nettoyages de plages, lacs, rivières et fonds marins partout dans le monde. Ces collectes de déchets sont organisées par des bénévoles grâce à l'accompagnement de Surfrider Foundation Europe.

LE PLOGGING

- OBJECTIF** Sensibiliser et mobiliser les citoyens sur la problématique des ordures sauvages
- MODE D’ACTION** A l'occasion de la journée mondiale du ramassage de déchets citoyen, la ville de Pau a organisé le 15/09 une "course" durant laquelle les participants ont du collecter les débris qu'ils rencontrent sur leur passage.



Source : https://youtu.be/dRB_lx2gdZ0

REEMPLOI

Les pratiques évoluent...le recours à la réparation et aux produits d'occasion progressent

REPAR'ACTEURS

OBJECTIF Sensibilisation à la réparation

MODE D'ACTION Charte d'engagement
Sensibilisation à l'acte de réparer : vidéo « ne jeter plus, faites réparer »
Mise à disposition d'un annuaire de la réparation



Source : <https://www.dechets-nouvelle-aquitaine.fr/reparateurs/>

Source : <http://www.saintjeanpieddeport-paysbasque-tourisme.com/Sortez/Agenda/troc-des-trucs/23246>

ASSO TROC DES TRUCS CPIE Pays Basque

OBJECTIF Donner et/ou d'échanger plutôt que de jeter, de sensibiliser au réemploi en donnant une seconde vie aux objets.

MODE D'ACTION A l'occasion de la Semaine européenne de la réduction des déchets, le CPIE Pays Basque organise le « Troc tes trucs » : les personnes sont invitées à venir déposer des objets en bon état mais qui peuvent servir à d'autres : livres, vêtements, CD, bibelots, plantes, jouets... A la fin de la journée, les affaires qui n'auront pas trouvé preneurs seront offerts à des associations caritatives.

CALITOM – FAITES DE LA RECUP

OBJECTIF Sensibilisation au réemploi, à la réparation, à la réduction des déchets

MODE D'ACTION Chaque année, la Faites de la Recup' est un événement incontournable en Charente autour d'ateliers, de ciné débats, de visite, de parcours découverte...

DECHETS D'ENTREPRISE

Un enjeu économique et de réputation de l'entreprise

RENCONTRES D'AFFAIRES INTER-ENTREPRISES

OBJECTIF

Proposer des solutions innovantes afin d'optimiser les performances de l'entreprise.

Ces rencontres permettent de :

- Économiser sur l'approvisionnement en matières premières
- Transformer les déchets en ressources
- Réduire les coûts en mutualisant des biens ou des services avec d'autres entreprises
- Identifier de nouvelles opportunités d'affaires
- Améliorer la performance environnementale.

MODE D'ACTION

Le PNSI est un service gratuit proposé par la Région et l'ADEME. Il met à disposition des entreprises des experts praticiens qui aideront à identifier les meilleurs partenariats pour l'entreprise afin d'améliorer sa compétitivité.

Exemple : Le concassage et le réemploi des gravats à Langon entre les gravats du Sictom et l'entreprise COLAS



Source : <http://www.grandde.fr/pnsi.html>

EDUCATION A L'ENVIRONNEMENT

Les jeunes générations sont de plus en plus sensibles à l'environnement et à la gestion des déchets

SURFRIDER Outils mis à disposition pour la collectivité

- OBJECTIF** Apprendre et agir pour l'océan
- MODE D'ACTION** Création d'une plateforme d'éducation digitale : OCEANCAMPUS
- Tout sur l'océan : accédez à des ressources sur l'océan et le développement durable (vidéos et cours)
 - Contribuer et échanger : créer son quiz et échanger avec un expert



Source : <http://www.oceancampus.eu/>



Source : <http://www.sivom-du-born.fr/Le-SIVOM/Actualites/Remise-des-prix-Operation-Mon-Beau-Sapin-Roi-du-Reemploi-le-CLAE-de-Biscarrosse-plage-a-l-honneur>

MON BEAU SAPIN, ROI DU REEMPLOI

- OBJECTIF** Sensibiliser les élèves à la quantité de déchets produits et à la possibilité de les réutiliser en leur donnant une seconde vie.
- MODE D'ACTION** A l'occasion de la Semaine européenne de la réduction des déchets, le CPIE Pays Basque organise le « Troc tes trucs » : les personnes sont invitées à venir déposer des objets en bon état mais qui peuvent servir à d'autres : livres, vêtements, CD, bibelots, plantes, jouets.... A la fin de la journée, les affaires qui n'auront pas trouvé preneurs seront offerts à des associations caritatives. Plus de 2000 enfants ont participé à ce concours sur le département des Landes

BIODECHETS

1 français sur 2 déclarent composter ses déchets de cuisine et déchets verts
(source ADEME 2015)

RESEAU COMPOST CITOYEN

OBJECTIF Permettre l'échange d'expériences et de pratiques et les mutualiser entre les différents acteurs et de poursuivre la dynamique de ce réseau régional.

MODE D'ACTION Organisation d'une rencontre régionale des acteurs de la gestion de proximité des biodéchets
Cette rencontre régionale est organisée par les associations Au Ras du Sol (24) et Compost'Âge (86), dans le cadre de la structuration d'un réseau néo-aquitain d'acteurs de la gestion de proximité des biodéchets soutenu par l'ADEME et la Région Nouvelle-Aquitaine.



Source : <https://www.recita.org/articles/h/le-4-decembre-rencontre-regionale-des-acteurs-de-la-gestion-de-proximite-des-biodechets.html?from-notification=20181110>

EVENEMENTIEL

La multiplication de l'usage de produits jetables lors d'évènements impose la création de nouveaux usages

ECOGOBELETS EVOLIS 23

OBJECTIF Réduire l'utilisation de produits jetables et les déchets liés

MODE D'ACTION Mettre à disposition des gobelets réutilisables.
Emprunt proposé aux associations du territoire qui organise une éco-manifestation.
Les gobelets sont à leur retour lavés et reconditionnés par les ouvriers de l'ESAT.



Source : <http://www.evolis23.fr/eco-gobelets/>

BENCHMARK FRANCE ET INTERNATIONAL



Afin de s'inspirer de bonnes pratiques à adapter à son territoire et pour aller plus loin :

25 collectivités donnent de l'élan à leur territoire :

https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/8895_recueil_fiches_preven_autrespoubliques-web_light.pdf

NOUVELLES TECHNOLOGIES

Utiliser les nouvelles technologies pour s'adresser à une cible d'hyper connecté.



Source : <http://www.mescoursespourlaplanete.fr>

SITE WEB / NEWSLETTER

OBJECTIF Répondre aux attentes de près de 95% des français qui souhaitent être mieux informés de l'impact des produits de grande consommation sur la planète
Accélérer le mouvement vers une consommation plus respectueuse des personnes et de la planète

MODE D'ACTION Site web avec newsletter qui sur un ton positif et déculpabilisant, met en ligne des contenus pédagogiques qui aident son lectorat à mieux appréhender et à mieux maîtriser l'impact de ses achats sur sa santé et sur celle de la planète : fiches-produits, dossiers thématiques, ressources documentaires, actualités, etc.

EVENEMENTIEL

Pour agir de façon responsable et lutter contre les produits jetables

BONNES PRATIQUES EVENEMENT ECO-RESPONSABLE PACA

OBJECTIF Diffuser des bonnes pratiques pour la conception d'évènement éco-responsable

MODE D'ACTION COFEES propose des conseils et des fiches méthodologiques pour accompagner les démarches éco-responsables.

COFEES

Des outils, des méthodes

Des solutions pour accompagner les actions des festivals

Soucieux de maîtriser et de réduire l'impact des événements culturels sur l'environnement et engagé dans l'amélioration des pratiques en faveur du développement durable, le COFEES propose des conseils et des fiches méthodologiques pour accompagner les démarches éco-responsables.

En libre accès, cette boîte à outils permet d'aborder par thème les différentes problématiques des festivals et d'offrir un éventail unique de pistes de réflexion et de solutions prêtes à l'emploi. Un ensemble de dispositifs à partager et à nourrir au fil des expériences de chaque festival.

Les fiches du COFEES offrent des solutions en matière de :

- FESTIVALS ET ÉCO-RESPONSABILITÉ
- TRANSPORTS
- DÉCHETS
- ÉNERGIES
- EAU
- ACHAT RESPONSABLE
- COMMUNICATION
- RESTAURATION



Source : <https://cofees.udcm.net/fiches#%C3%A9nergies>

En libre accès, cette boîte à outils permet d'aborder par thème les différentes problématiques des festivals et d'offrir un éventail unique de pistes de réflexion et de solutions prêtes à l'emploi. Un ensemble de dispositifs à partager et à nourrir au fil des expériences de chaque festival...



Communauté des communes du
Kreiz-Breizh
Kumuniezh kumunioù

Source : <http://kreiz-breizh.fr/>

CHARTRE D'ENGAGEMENT

OBJECTIF Soutenir et engager les événements dans une démarche de développement durable

MODE D'ACTION Dans le cadre de son accompagnement des manifestations touristiques du territoire (culturelles, sportives...), le service Tourisme de la Communauté de communes du Kreiz-Breizh (CCKB) a établi une charte de soutien aux événements touristiques, signée par les associations organisatrices.

GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Afin de répondre à une préoccupation phare tant pour son action sur la planète que sur le porte-monnaie...

COURS DE CUISINE

OBJECTIF Sensibiliser le public défavorisé aux actions de lutte contre le gaspillage alimentaire et aux bonnes pratiques alimentaires

MODE D'ACTION Dans le cadre de son plan de prévention des déchets, le Conseil départemental de l'Eure a conçu et diffusé une formation intitulée « Comment organiser des ateliers cuisine zéro déchet » à destination du personnel des structures sociales (Unité territoriale d'action sociale, IMP...) qui s'engagent, par la suite, à organiser des ateliers auprès de leur public (a minima organisation de 3 ateliers par an).



Source :

<http://multimedia.ademe.fr/catalogues/preventiondechets-actionspubliqueslocales/ademe-cdeure.pdf>



Source : <https://www.ademe.fr/lutte-contre-gaspillage-alimentaire-colleges-puy-dome-63>

SENSIBILISATION DES COLLEGIENS

OBJECTIF Lutte contre le gaspillage alimentaire

MODE D'ACTION Le Conseil départemental du Puy-de-Dôme accompagnent les établissements volontaires dans la promotion de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Ils sont aidés en cela par le Collectif régional d'éducation à l'environnement d'Auvergne (CREEA) qui assure l'animation des équipes, qu'elles soient éducatives, pédagogiques ou de cuisine, visant ainsi à la sensibilisation des collégiens sur tous les aspects de l'alimentation. En 2014 - 2015, ce sont 12 collèges qui se sont engagés dans ce qui doit être un véritable projet d'établissement. Le territoire compte 57 établissements.

LES DECHETS VERTS ET BIODECHETS

Une vraie tendance au regard de la multiplication des formes de jardin

UN RESEAU VOLONTAIRE

OBJECTIF Développer l'usage du composteur

MODE D'ACTION En Lorraine, les collectivités ont mis en place des réseaux locaux de guides-composteurs volontaires pour populariser le compostage individuel et inciter les habitants à s'y impliquer.

300 bénévoles formés aux techniques de gestion des déchets organiques ainsi que sur les techniques de communication + animation du réseau par la collectivité.



T-shirt des guides-composteurs de Lorraine offert à tous les bénévoles formés



1^{re} rencontre régionale du réseau des guides-composteurs à Lunéville le 15/11/2014



Source : <http://guidescomposteurslorraine.fr/>

GUIDE JARDIN ZERO DECHETS

OBJECTIF Encourager le zéro déchet dans son jardin

MODE D'ACTION

- Dans le guide "Mon jardin zéro déchet", des solutions pratiques et économiques sont présentées pour aménager son jardin, réduire et valoriser au maximum ses déchets.

- L'Ademe Bretagne a coordonné l'édition de ce guide rédigé par Golfe du Morbihan - Vannes agglomération en collaboration avec la Maison de la consommation et de l'environnement.

- En parallèle un événement : <http://www.bienvenuedansmonjardinbretagne.org/> : Le temps d'un week-end, des portes ouvertes permettent de mettre en valeur le jardinage sans pesticides de synthèse et de favoriser l'échange de connaissances entre les jardiniers amateurs.



Source : <https://www.mce-info.org/jardin-zero-dechet/>
http://www.golfedumorbihan-vannesagglomeration.bzh/sites/dev/files/Documents/PDF/DECHETS/Mon_jardin_zero_dechet.pdf

Nota : Un guide est à venir en Nouvelle-Aquitaine

ECONOMIE D'ENERGIE ET ECO-CONSOMMATION

Des outils pour répondre à une demande des habitants pour savoir comment agir sur les 3 R : **Réduire, Réutiliser, Recycler**

CREER ET ANIMER UN RESEAU RELAIS

- OBJECTIF** Faire évoluer les comportements des consommateurs en s'appuyant sur des relais pour la dissémination de conseils et bonnes pratiques
- MODE D'ACTION** Le syndicat mixte de collecte et traitement des ordures ménagères d'Alsace centrale anime un réseau d'acteurs locaux sur la thématique de l'éco-consommation

En 4 ans, 107 relais formés à l'éco-consommation des produits d'hygiène et d'entretien et à la pollution intérieure, à l'alimentation durable, à l'entretien des locaux de collectivités, à la fabrication de produits naturels pour la petite enfance et à l'écocitoyenneté



Fabrication de produits d'hygiène



Fabrication de produits d'entretien

Source : <https://www.mce-info.org/jardin-zero-dechet/>

ECONOMIE D'ENERGIE HABITAT

OBJECTIF Sensibiliser à la réduction de l'empreinte énergétique dans les habitats

MODE D'ACTION

- La Ville de Besançon s'est associée à l'Espace info énergie (EIE). Ensemble, ils ont aménagé un appartement témoin, « Le Logis 13 Éco », à Planoise, quartier populaire de Besançon. L'appartement est mis à disposition par un bailleur local.

- 1471 personnes initiées aux gestes de réduction, de tri des déchets et d'économies d'énergie et d'eau
- Clés de la réussite : Le travail croisé des différents acteurs : chaque acteur a apporté son expertise pour améliorer la force des messages à destination des habitants. Une bonne visibilité de l'action : le dynamisme et la communication autour de l'action ont permis de toucher un public large (animations extérieures...). Implication d'un bailleur local : un appui logistique d'un acteur de logement en transition au sein d'un quartier populaire.

Source : <http://www.besancon.fr/index.php?p=978>



Chaque geste devient une économie et améliore votre confort de vie.



LES ATELIERS

Venez découvrir le Logis 13 Éco de façon ludique et originale, en participant aux ateliers débrouilles.



TROC DE LIVRE

OBJECTIF Encourager au réemploi

MODE D'ACTION Le SMICTOM Pays de Fougères s'est rapproché des bibliothèques, médiathèques et des accueils de loisirs sans hébergement (ALSH) du territoire pour monter des événements d'échange de livres « Troc O Livres » entre particuliers. En effet, le livre est un objet sentimental, difficilement jeté par le grand public, qui constitue donc un support propice à la sensibilisation au réemploi. De plus, les bibliothèques et médiathèques du territoire sont naturellement sollicitées par des habitants qui souhaitent se débarrasser de livres sans les jeter. Ces événements sont également l'occasion pour le SMICTOM de sensibiliser le public au réemploi et au don, ainsi que de proposer des animations plus larges sur la thématique du réemploi.



Source : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/troc-o-livres>



COUCHES LAVABLES

OBJECTIF Promouvoir les couches lavables

MODE D'ACTION

- Une campagne d'information et de sensibilisation a été organisée en direction des élus, animateurs de PLP et professionnels concernés
- Plusieurs expérimentations ont été lancées afin d'identifier les freins et

leviers à l'utilisation de couches lavables en structure d'accueil de la petite enfance. Levier de mise en œuvre la tarification incitative

- Création de guide pratique pour les crèches
- Réseau de prescripteurs relais (médecins...)
- Etude pour la mise en œuvre (collecte et nettoyage) de recourir aux travailleurs en insertion

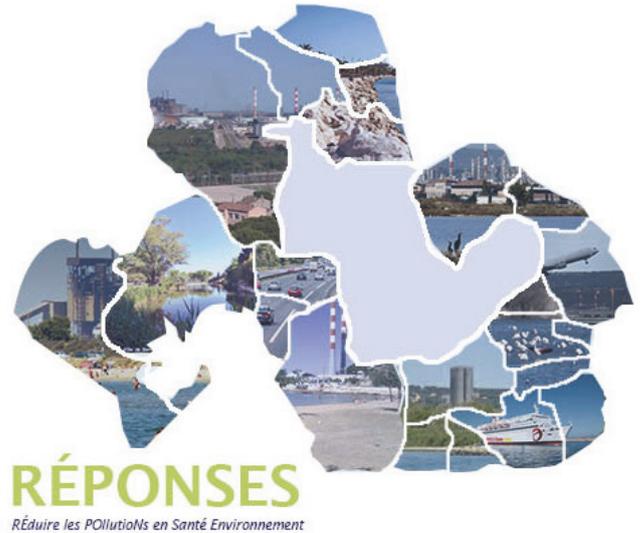
Source : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/promotion-des-couches-lavables-1>

REDUIRE LES POLLUTIONS EN SANTE ENVIRONNEMENT : PROJET REPONSES

OBJECTIF Sensibiliser à la santé / environnement

MODE D’ACTION

- Le SPPPI se saisit de manière innovante de la question santé environnement sur le territoire de l’étang de Berre en allant à la rencontre des habitants des 21 communes avoisinantes Il se positionne en facilitateur, coordinateur et pilote de la démarche REPONSES visant à s’engager face aux attentes des populations en santé environnement avec un programme d’actions élaboré à partir des échanges orientés, pour cette 1ère phase, sur la qualité de l’air.
- Le projet REPONSES sera déployé en 2019 et se structurera autour d’une série de réunions et de rencontres avec des citoyens, pour écouter, prendre en compte et informer.



Source : <https://www.spppi-paca.org/r/86/projet-reponses->

ECONOMIE : LE TOURISME

Pour répondre aux problématiques de la gestion des déchets, du tri et de la prévention des touristes

SENSIBILISATION CAMPING

OBJECTIF Sensibiliser les campings à une bonne gestion des déchets

MODE D’ACTION La Maison du tourisme Baie de Morlaix Monts d’Arrée s’est rapprochée de la direction Collecte et Valorisation Déchets de Morlaix Communauté. Ensemble, ils montent une action à destination des gestionnaires de campings qui s’inscrit dans le programme local de prévention des déchets de Morlaix Communauté. L’action vise à sensibiliser la clientèle des campings à un mode de consommation moins générateur de déchets et à un meilleur tri. Ils accompagnent financièrement les campings volontaires dans leurs actions, développent des outils ainsi que des supports de communication, d’animation et de sensibilisation adaptés aux usagers ainsi qu’au personnel des campings : promotion des écopestes, consignes de tri, compostage...



Source : <http://www.optigede.ademe.fr/fiche/prevention-et-tri-des-dechets-dans-les-campings>

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale. L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, les économies de matières premières, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la transition vers l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire et du ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LES COLLECTIONS DE L'ADEME



ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.



La communication relative à la prévention des déchets

Tendances, bonnes pratiques et benchmark

Afin d'accompagner les professionnels communicants des collectivités, EPCI et associations dans leur stratégie de communication sur la prévention des déchets, l'ADEME a conçu cette étude mettant en avant :

- Un panorama des profils type des consommateurs et des tendances de consommation liées à la prévention des déchets en Nouvelle-Aquitaine
- Une bibliographie et une synthèse des études ADEME pertinentes sur le sujet
- Un benchmark des bonnes pratiques européennes ou issues d'autres régions françaises

Des clés pour soutenir vos démarches de communication et de sensibilisation afin de favoriser le changement de comportement, à la fois dans les actes de consommation et la gestion des déchets ménagers.



www.ademe.fr



010962

