Opération "vos vieux vêtements ont encore la côte"

Préval Haut-Doubs

Auteur :

les Petits Planchants
BP 235
25303 Pontarlier Cedex 3
Voir le site internet
Gaëlle Journot
prevention@preval.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

CONTEXTE :

Présence encore trop importante de TLC dans les bacs d'ordures ménagères identifiée lors des caractérisations en 2013 : + de 7kg/habitant/an soit 3,5% des tonnages d'OM.

Ces déchets peuvent être évités, détournés des OM. Ils sont à considérer comme des ressources et peuvent être valorisés. Un travail important de communication à ce sujet reste à faire.

Assez peu de commerçants (y compris sur la vente de vêtements) savent quel devenir est possible pour les textiles linges et chaussures, notamment lorsqu'ils sont usés.

DESCRIPTION DE L'ACTION:

Nous avons invité les usagers à déposer un ou plusieurs sacs de TLC dans les commerces participants, durant la SERD.

À partir de 5 articles TLC usagés déposés = 5 € de bon d'achat

Un chalet point de collecte événementiel a été installé au centre ville de Pontarlier.

Parallèlement, nous avons déployé des stands de sensibilisation avec notre équipe de conseillers tri et prévention sur d'autres sites : grandes surfaces, déchèteries, centre-ville.

Préalablement, les commerçants et associations partenaires ont été sensibilisés afin que tous, portent le même message.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

OBJECTIFS :

-Sensibiliser les usagers au recyclage des TLC, et au réemploi par le don aux associations,
-Se donner les moyens pour que le geste de tri devienne de plus en plus naturel et soit réalisé dans le respect des consignes,
-Mobiliser de nouveaux relais (les commerçants notamment) afin de transmettre plus largement le message, donner une autre résonnance au message
- Favoriser le tri des TLC via une opération commerciale avec une récompense financière pour le geste de tri.

BENEFICES DE L'ACTION POUR LES COMMERCANTS :

-Véhiculer « une image verte »
-Fidéliser la clientèle par la remise du bon d'achat
-Attirer une nouvelle clientèle en les faisant revenir pour utiliser leur bon d'achat

Résultats quantitatifs

- 1500 personnes sensibilisées

- 24 interventions par notre équipe

- 34 commerçants participants

- 831 bons d'achats distribués

- 2500 kg de TLC collectés en 1 semaine

Résultats qualitatifs

-Communication efficace, humoristique et accrocheuse. Large public touché.
-Le nombre très encourageant de commerçants participant à l'opération
-Mobilisation réussie d'un nouveau relai
-Retours positifs de la part des élus
-Liens avec les gardiens de déchèterie renforcés

MISE EN OEUVRE

Planning

M – 6 : rédaction du projet / état des lieux des emplacements de bornes TLC et des consignes.

M – 4 : rencontre avec les unions des commerçants

Présentation et définition du règlement de l'opération

M – 3 : information sur l'opération auprès des collecteurs de TLC sur le territoire

Réorganisation temporaire des points de collecte, prévenir des gisements de textiles plus importants.

S – 1 : information et formation du personnel des commerces partenaires

Formation des gardiens de déchèterie par la technicienne

Moyens humains

7 personnes mobilisées en interne pout l'animation pendant 1 semaine (+ 1 semaine de préparation et bilan)

+ pilotage de l'opération par une des 7 personnes en amont

+ mobilisation de la technicienne en charge de la valo des déchets de déchèterie pour la formation et coordination avec les gardiens de déchèterie

+ 34 commerçants partenaires

Moyens financiers

DEPENSE € HT : 5 601.74 € HT
AFFICHES FLYERS "Opération FIBRE DU TRI" 926.00 €
ANNONCE PRESSE 152.00 €
ANNONCES PRESSE 98.80 €
CAMPAGNE PUBLICITAIRE RADIO 1 511.77 €
DEPLIANT TLC 325.00 €
FLYERS FIBRE DU TRI 518.00 €
SUPPORTS POUR FACADES COMMERCANTS PARTENAIRES 603.50 €
SACS POUR TLC 1 316.67 €
VISUEL KAKEMONO 150.00 €

Moyens techniques

Jumper pour gérer les quantités de TLC déposées

Partenaires mobilisés

34 commerçants

+ associations du réemploi des TLC (notamment Emmaüs)

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Opération reproductible, bien que chronophage.

Difficultés rencontrées

- Message décuplé car porté par les 34 commerçants partenaires

- Campagne de communication accrocheuse et sur un ton humoristique

- Impact très fort de la campagne (via relai médiatique et grâce à la mise en place du dispositif de bons d'achat)

Recommandations éventuelles

Nos points d'améliorations:

-Structurer davantage le partenariat avec les commerçants (application d'un règlement homogène sur l'ensemble du territoire, bons d'achat remboursés par l'union des commerçants…)
-Améliorer la logistique : prévoir des grands espaces pour stocker les sacs et trouver une solution pour simplifier la collecte des sacs

---

Mots clés

RECYCLAGE DES DECHETS | REEMPLOI | ARTISANAT | MENAGE | TEXTILE

Dernière actualisation

Février 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Prisca VAN PAASSEN
prisca.vanpaassen@ademe.fr
Direction régionale Bourgogne-Franche-Comté