

Semaine de la réparation



Syndicat mixte Cyclad

1 rue Julia et Maurice Marcou

17700 Surgères

[Voir le site internet](#)

Charles-adrien Beneteau

ca.beneteau@cyclad.org

Auteur :

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE



Dans le cadre de son programme local de prévention des déchets (repris par le syndicat mixte Cyclad), Cyclad a souhaité créer un **événementiel autour de la réparation** (hors événements nationaux existants) afin de « re » découvrir les métiers de la réparation, d'inciter les habitants à réparer plutôt qu'à jeter, et de travailler en partenariat avec les acteurs économiques locaux. La réparation semble être favorisée par le contexte économique.

Afin de mutualiser les coûts et d'élargir le périmètre de mise en œuvre, Cyclad a sollicité la CdA de Saintes, engagée également dans un programme local de prévention, qui a pris part au projet. En 2015, 2016, 2017 et 2018, d'autres collectivités se sont jointes à l'opération. Au total, ce sont **12 collectivités** (sur les 13 que compte le département de la Charente-Maritime qui ont participé à l'opération.

Durant cette semaine de la réparation : Les professionnels proposent un **geste commercial** dans leurs magasins/ateliers pendant cette semaine et consacrent du temps pour **sensibiliser les clients** à l'importance de réparer, les **conseiller** sur l'entretien de leurs appareils, mais aussi sur le choix d'appareils neufs plus faciles à réparer.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Sensibiliser les citoyens

Sensibiliser les Charentais-Maritime à la prévention des déchets par la réparation, en les incitant à réparer plutôt qu'à jeter.

Transversalité

Développer la transversalité entre services d'une même collectivité (service économie /service déchets) et entre intercommunalités d'un même département. Le rôle des chargés de mission économie est primordial car ils sont force de vente pour le projet auprès des commerçants locaux et sont identifiés par les professionnels.

Résultats quantitatifs

- Près de 200 artisans référencés sur le site semainedelareparation.fr
- 12 collectivités sur 13 du département participent à l'opération

Résultats qualitatifs

- Majoritairement les professionnels participants ont proposé un geste commercial pendant cette semaine ;

- Tous ont proposé des conseils visant à prolonger la durée de vie du produit ;
- Secteurs d'activités représentés variés (réparateurs de cycles, de meubles, de bijoux,...) ;
- Retour positif des clients et des professionnels ;
- Action menée en partenariat avec les collectivités voisines et les services développement économique
- En 2017 renforcement du partenariat avec la CMA 17, recrutement d'un stagiaire pour la phase de recensement des artisans réparateurs.
- Lancement du réseau répar'acteur en Charente-Maritime en 2018
- Création d'un site internet ;
- Création d'une page facebook : <https://www.facebook.com/semainedelareparation17/> ;
- Nouveau partenaire identifié en 2016 : le réseau GIFAM qui a communiqué sur cette opération.

www.semainedelareparation.fr

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

Identification des professionnels

La CMA et la CCI ont envoyé des listings référençant les professionnels de la réparation identifiés sur les différents territoires.

Gestes commerciaux et conseils des professionnels participants

Les professionnels proposent chacun un geste commercial libre pendant cette semaine (Ex : devis gratuit, remise de x % sur la main d'œuvre, remise de x % sur le prix total, pièces à prix coûtant, déplacement offert...). Par ailleurs, ils consacrent du temps pour sensibiliser les clients à l'importance de réparer, les conseiller sur l'entretien de leurs appareils, mais aussi sur le choix d'appareils neufs plus faciles à réparer. Les secteurs d'activités représentés sont variés (cordonnerie, cycles, textiles, mobilier, téléviseur, électroménagers, bijoux,...) et les principaux objets qui ont été réparés sont les écrans TV, les électroménagers et les ordinateurs.

Communication

La communication est axée sur les offres promotionnelles des professionnels, leur rôle de conseil et l'économie locale. Différents modes de communication ont été utilisés :

- flyers toute boîte
- affiches apposées sur les abris bus et dans les mairies
- spots radios
- conférence de presse
- site internet (www.semainedelareparation.fr)
- page facebook

Planning

- Mars 2013 : réunion de présentation du projet à la CMA de Charente-Maritime, en partenariat avec Cyclad ;
- Décembre 2013 : réunion de travail SMICTOM/CMA/CDA et identification des corps de métiers ;
- Janvier 2014 : envoi des listings CCI/CMA référençant les professionnels de la réparation identifiés sur les secteurs de Saintes et de Saint-Jean-d'Angély ;
- Janvier 2014 : désengagement de la CMA, faute de temps ;
- Avril 2014 : poursuite du projet et réunions avec les professionnels locaux identifiés sur les secteurs de Saintes, Saint-Jean-d'Angély et Surgères ;
- Mai 2014 : création des outils de communication (prospectus, affiches, site Internet) ;
- Semaine du 23 au 28 juin 2014 : semaine de la réparation ;
- Janvier 2016 : réunion bilan et perspectives en présence des collectivités du département, 12 sur 13 engagées
- Juin 2016 : 3ème édition
- 2017: partenariat renforcé avec la CMA 17 et le lancement du réseau Artisans répar'acteurs, recrutement d'un stagiaire
- Mai 2017 et juin 2018 : semaine de la réparation
- Juillet 2019 : bilan de la 5è édition et proposition de programmer la semaine pendant la SERD en novembre en y associant les associations de réemploi et de réparation (le mois de juin est riche en événements)

Moyens humains

- Un graphiste pour la création visuel et du site Internet ;
- la CMA pour les listes d'entreprises ;
- les associations de commerçants ;
- les chargés de communication des collectivités engagées ;
- les chargés de mission prévention ou techniciens déchets et les services développement économique.

ETP :

- 14 jours pour la mise en place de l'action en 2014 (réunions ,rencontres, phoning ..)
- 10 jours pour reconduire l'action

Moyens financiers

En 2014

- Recherche graphique et déclinaison du visuel : 1 485 € ;
- Impressions : 744 € ;
- Insertions presse et radio : 2 498,36 € ;
- Distributions des prospectus toutes boîtes : 4 602, 94 € ;
- Site internet : 2 450 € ;
- Total=11 780,30€, soutien de l'ADEME de 50%. Le restant dû est partagé équitablement entre les deux structures.

En 2016

- Mise à jour des visuels « Semaine de la réparation » : 670 € HT ;
- 5 animations des petits débrouillards sur les marchés : 1544,66 € HT ;
- impressions flyer, affiches A3 et A4, flancs du bus, abris bus (**coûts mutualisés**) : 1 849 € HT ;
- 270 ex. vitrophanies « je suis artisan réparateur » : 399,60 € HT ;
- actualisation des spots radio : 144 € HT ;
- coût diffusion : NC.

Les coûts de mise à jour des maquettes et des impressions restent sensiblement les mêmes chaque année

Moyens techniques

- Un site Internet ;
- une page facebook relayant tout au long de la semaine de la réparation les conseils des artisans commerçants participants pour prolonger la durée de vie de nos objets du quotidien.

Partenaires mobilisés

- Les artisans/commerçants réparateurs ;
- un graphiste professionnel ;
- la CMA ;
- l'ADEME ;
- les médias ;
- le réseau GIFAM ;
- les associations oeuvrant dans le domaine de la réparation
- les collectivités et services engagés dans cette opération.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Le fait que des collectivités voisines, engagées ou pas dans un programme de prévention des déchets, travaillent ensemble sur ce projet est original. Opération menée au-delà des frontières administratives.

Le fait également de réunir des professionnels et des associations de la réparation de domaines d'activités variés (cordonnerie, cycles, textiles, mobilier, téléviseur, électroménagers, bijoux,...) autour d'un événement sur la réparation et la réduction des déchets donne un caractère innovant à l'opération.

Difficultés rencontrées

Une semaine c'est un peu court notamment au niveau de la diffusion de la communication (et entre autre

permettre aux professionnels de communiquer via leurs canaux de communication sur cette semaine) et du temps laissé à l'habitant pour aller faire réparer son objet. La grande majorité des professionnels participants auraient souhaité prolonger l'opération sur un mois.

Chaque professionnel participant a proposé un geste commercial libre. Cela a engendré quelques disparités au niveau des offres, il aurait sans doute mieux valu que les professionnels d'un même secteur d'activité proposent un geste commercial commun.

L'évaluation: nous avons proposé un formulaire aux professionnels à faire remplir par les clients venus réparés pendant la semaine mais peu de retour à ce jour.

Le mois de juin est riche en événements et festivités. En 2019, les collectivités ont opté pour un événement pendant la SERD en novembre et sera reconduit chaque année en partenariat avec la CMA 17 et la CRMA Nouvelle-Aquitaine.

Recommandations éventuelles

L'action est facilement reproductible sur d'autres territoires, à condition d'avoir un aperçu des professionnels de la réparation sur le territoire. Afin de favoriser la réussite du projet, il est recommandé de :

- Organiser l'événement en dehors des saisons des festivals
- Assurer une bonne communication sur les professionnels participants et les gestes commerciaux
- Assurer une bonne visibilité des réparateurs participants (Ex via une affiche ou un macaron à afficher sur la devanture du magasin participant)

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | ARTISANAT | MENAGE | CONSOMMATION DURABLE | CAMPAGNE D'INFORMATION | DECHET ENCOMBRANT | TEXTILE

Dernière actualisation

Septembre 2020

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Cécile FORGEOT

cecile.forgeot@ademe.fr

Direction régionale Nouvelle
Aquitaine