

Référence : C.4 – C.4.5 – 5 – MAMP CT3



Campagne de communication sur l'extension des consignes de tri des plastiques sur le territoire du pays salonais

Renforcer les opérations de sensibilisation des populations

ACTEUR ET TERRITOIRE



METROPOLE AIX-MARSEILLE PROVENCE
 CT3
 Le Pharo
 58 Bd Charles Livon
 13007 Marseille

Mme Sandrine DEVREEZE
 Référente marchés
 04.90.59.38.07

sandrine.devreeze@ampmetropole.fr

CONTEXTE

Le Conseil de Territoire du Pays Salonais de la Métropole Aix-Marseille-Provence souhaite mener une campagne de communication sur l'extension des consignes de tri des plastiques sur son territoire. En effet, la totalité du territoire national devra être en consignes de tri étendues pour les plastiques à l'horizon 2022. Or, le contrat de tri du Conseil de Territoire du Pays Salonais de la Métropole Aix-Marseille-Provence impose d'engager cette démarche avant la fin de l'année 2019 ou de ne pas l'engager.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Sensibiliser les usagers sur la simplification des consignes de tri par différents moyens de communication

Objectifs quantitatifs

- 100 tonnes d'OMR par an
 +100 tonnes d'EMR par an
 10 000 habitants sensibilisés

Résultats quantitatifs

- 70 tonnes d'OMR par an
 + 70 tonnes d'EMR par an
 12 000 habitants sensibilisés

Augmentation des tonnages de la collecte sélective de 2019 à 2021 :

Résultats qualitatifs

PAV (point d'apport volontaire) :
919 tonnes **soit + 7,7 %**

Bacs en porte-à-porte :
4 567 tonnes **soit +28 %**

Soit un ratio par habitant obtenu fin 2021 de 30,6 kg, contre une moyenne nationale de 28 kg (taux de refus compris)

La qualité du tri s'est dégradée depuis la fin de la campagne de communication sur les 2 flux :

- en apport volontaire : 2019 = 13% de refus, 2021=16% de refus
- en porte-à-porte : 2019 = 12% de refus, 2021= 20% de refus

MISE EN ŒUVRE

Plusieurs campagnes de communication ont été mises en place durant cette période sur le Territoire du Pays Salonais à savoir :

- Un évènementiel de lancement avec visite du centre de tri PAPREC à Nîmes avec une conférence de presse,
- Des campagnes d'affichage et de spots publicitaires,
- Distribution de flyers dans les boites aux lettres et lors de manifestation,
- Un concours sur le thème du tri des emballages plastiques auprès des établissements scolaires,
- Distribution de mémo tri sur les marchés.

Description de l'action



Planning

Planning réel 2019-2023

Moyens humains

Moyens humains constants

Moyens financiers

50 000 € TTC

Moyens techniques

Conférence de presse
 Visite de centre de tri pour élus, personnels de collectivité
 Flyers de communication
 Campagne d'affichage
 Spots radio
 Articles site internet
 Concours pédagogiques en milieu scolaire et autres structures de jeunesse
 Mails pour les associations

Partenaires mobilisés

Les 17 communes du Pays Salonais en terme de relais
 CITEO

RETOURS D'EXPERIENCE ET REPRODUCTIBILITE

Facteurs de réussite

Diffusion des bons messages à « tous les étages ». Ces nouvelles consignes de tri sont bien reprises dans tous les documents, supports concernés, d'autant plus qu'à ce jour, l'ensemble de la Métropole est passée à l'extension des consignes de tri.

Difficultés rencontrées

Il est à noter que la réalisation de l'opération a été suspendue pendant la période du confinement et la reprise a été impactée par les mesures sanitaires. Il en résulte une réduction de l'activité qui se manifeste par une diminution du nombre de flyers distribués.

Recommandations

Comme évoqué ci-dessus, l'objectif est de diffuser les bons repères pour éviter de dégrader la collecte sélective. Aussi nous travaillons en parallèle sur la réduction des emballages (prévention des déchets), surtout concernant les emballages en plastique.

Des campagnes de communication cycliques tous les 3 à 4 ans sont essentielles pour préserver la qualité du tri.