

DOSSIER DE PRESSE

CAMPAGNE DE TRI SÉLECTIF 2024

LE TRI, SOIT JE M'Y METS, SOIT JE M'Y METS !

Vendredi 29 mars 2024 - 11h - ATOME



© I T E ©



Édito



L'un de mes principaux engagements pour le territoire, est de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie quotidienne de chacun.

Développement de l'emploi local et de la sécurité, équipements publics, sport, habitat... Il est des politiques ambitieuses à mener.

Parmi celles-ci, la gestion de nos ordures ménagères est sans doute l'une des plus complexes.

Sur le budget général de notre agglomération, le ramassage et le traitement de nos déchets représentent en effet un quart des dépenses. Nous jetons ainsi à la poubelle près de 25 millions d'euros par an !

C'est bien trop, et seul le cumul de nos efforts individuels de citoyens permettra de juguler cette dépense qui ne cesse d'augmenter.

Ensemble, sachons donc faire preuve d'ingéniosité et de citoyenneté.

Voilà pourquoi je vous propose qu'ensemble, nous trions plus, nous trions mieux !

Désormais, tous les emballages se déposent, dans les colonnes, les sacs ou les bacs jaunes (ou bleus pour les communes SITOM Sud Gard) pour être recyclés via des filières fiables.

Pour faciliter cette tâche, un sac de pré-collecte est mis à la disposition de chaque foyer. Depuis le 1^{er} janvier 2024, les collectivités territoriales sont également désormais tenues de mettre en place un tri à la source des biodéchets. Alès Agglomération propose donc à ses habitants des composteurs individuels et commence à déployer là où cela est possible des composteurs collectifs.

Enfin, au travers de son nouveau plan de communication pour les déchets, Alès Agglomération entend favoriser l'implication de la population en matière de tri pour répondre aux engagements de son projet de territoire en matière de transition écologique. Acteur de notre territoire, engageons-nous dans une dynamique dont la première des vocations reste d'assurer un avenir harmonieux aux futures générations.

Christophe RIVENQ

Président d'Alès Agglomération
1^{er} adjoint au Maire d'Alès

Contexte

Mis en place en 2001 sur Alès Agglomération, le tri sélectif a évolué vers une simplification partout en France (tous les emballages).

Depuis janvier 2024, le tri doit de surcroît désormais inclure les déchets compostables.

Dans l'Agglomération d'Alès, il existe 3 modes de collecte du tri sélectif :

- le ramassage en porte à porte ou sur arbre à tri,
- les bacs de regroupement à couvercle jaune (ou bleu par le SITOM Sud Gard),
- les Points d'Apport Volontaire (ou bornes de tri sélectif).

En France, l'Occitanie est en 7^e position (sur 13) des régions en matière de tri sélectif. Sur le territoire, le réflexe du tri existe encore trop peu, ce qui place Alès Agglomération en bas de classement au sein du département qui est également un mauvais élève.

D'un point de vue économique, le traitement des déchets représente pour Alès Agglomération plus de 25 M€, soit le quart des dépenses de fonctionnement d'Alès Agglomération.

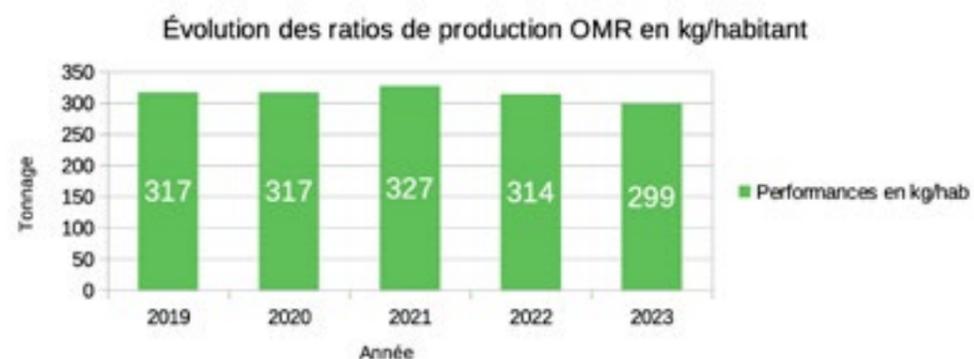
À ce jour la situation inflationniste du traitement des déchets, ne peut plus être résolue par la simple augmentation du tri sélectif, même de qualité.

Le tri sélectif est donc désormais non plus un moyen de faire des économies mais la solution ultime pour ralentir l'augmentation du budget dédié aux déchets !

La communication actuelle sur le territoire

Situation territoriale

Sur Alès Agglomération, les dernières données sur le tri des déchets montrent une amélioration, mais celle-ci est encore trop timide. La collectivité lance une nouvelle campagne de communication afin d'amplifier cette dynamique positive du tri des OMR (Ordures Ménagères Résiduelles) sur le territoire.



Évolution négative (-15 kg/habitant) entre 2022 et 2023 sur la production d'OMR, ici deux constats possibles pour expliquer la baisse du tonnage :

- > lancement de la campagne de distribution de composteurs,
- > campagne de communication « Le tri, c'est dans ma nature »
- > sensibilisation accrue des producteurs non ménagers (professionnels)



La communication mise en place sur le territoire de l'agglomération en matière de tri sélectif est essentiellement une communication à visée pédagogique.

- Interventions de 8 ambassadeurs du tri :
 - en porte à porte dans les foyers selon les résultats de refus de tri,
 - dans les écoles élémentaires, les lycées, les CFA, les clubs senior... pour montrer les gestes à adopter.
- Édition d'un guide du tri à disposition des habitants.
- Parutions régulières, selon les époques, d'articles dans le journal d'Alès Agglomération.
- Site internet d'Alès Agglomération.
- Mise à disposition dans les mairies de sacs de pré-collecte (sauf SITOM Sud Gard).
- Possibilité de se procurer un éco-composteur pour faciliter le tri des bio-déchets à la source.

▲ Préconisations générales



La thématique du tri sélectif ne séduit pas intrinsèquement le plus grand nombre et une communication régulière sous la forme d'informations pédagogiques dans des supports d'information tels que le journal d'Alès Agglo, le site web ou les réseaux sociaux ne saurait suffire à déclencher le geste du tri chez des non trieurs.

Il paraît donc pertinent pour obtenir des résultats tangibles en matière de changement de comportement de trouver des leviers incitatifs et émulateurs simples, faciles à mettre en œuvre et économiquement absorbables par la collectivité.

Couplée ensuite avec une communication pédagogique explicative à la fois des enjeux du tri (y compris économiques) et des gestes à intégrer, une nouvelle communication plus incitative favorisera l'évolution des comportements à long terme.

▲ Plan de Communication

La collectivité souhaite aujourd'hui ré-initier une politique de communication d'ampleur à l'échelle du territoire pour relancer le geste citoyen de tri à la fois d'un point de vue quantitatif et qualitatif.

Cette nouvelle communication sur le sujet des déchets aura pour cible principale l'ensemble des producteurs de déchets, et comme cible secondaire les enfants et les jeunes pour ancrer la sensibilisation au tri et les gestes à effectuer.



Un message global qui indique que nous n'avons pas le choix, en signature de toute la communication.

Multigénérationnel et volontairement provocateur ce message entend attirer l'attention, interpeller, faire réagir, agir comme un électrochoc, pour ensuite aborder des thématiques explicatives.

Les objectifs de la nouvelle campagne de communication lancée par Alès Agglomération sont :

- > faire rentrer la thématique du tri dans la vie, les habitudes de chacun,
- > sensibiliser aux bonnes pratiques du tri,
- > augmenter concrètement et à minima de 15% sur 4 ans le tonnage du tri sélectif.

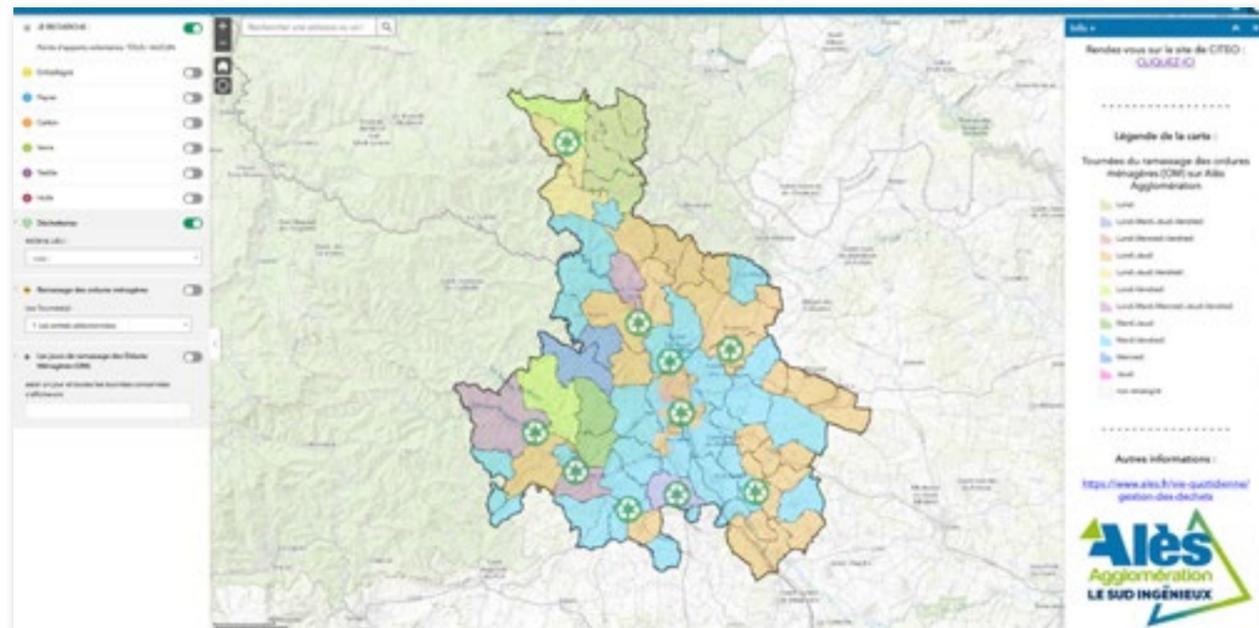
Un outil de consultation simplifié

Afin de parvenir à remplir les objectifs cités précédemment, il était impératif de faciliter l'accès à l'information « tri » pour les habitants du territoire.

Les services de l'agglomération (Cellule-web, SIG, Pôle Environnement Urbain) ont travaillé de concert pour proposer un outil « couteau-suisse » du tri sélectif.

Ainsi, en quelques clics, il est à présent possible de se localiser et de consulter rapidement les emplacements de containers à tri les plus proches de chez soi, et ce, sur les 72 communes du territoire.

Il est également possible, grâce à un pop-up qui s'ouvre sur l'écran du site web, d'avoir accès à la base de données de CITEO expliquant de manière très complète le bon geste de tri en fonction de l'emballage.



Les outils de communication incitatifs et émulateurs

> Pour les usagers

Mise en place d'un jeu concours d'avril à décembre 2024 :

L'utilisateur se prend en photo en train de trier ou d'amener son tri au bac (on doit pouvoir voir que le tri est bon). Il envoie cette image par mail à lejustetri@alesagglo.fr.

Tous les mois, 6 gagnants sont tirés au sort. Les photos sont publiées sur les supports d'Alès Agglo et chaque gagnant remporte 80 euros.

Pour faire la promotion du jeu :

- Articles réguliers de relance dans le journal Alès Agglo, 100% info,
- Article sur le site web de l'agglomération ales.fr,
- Affiche A3 dans toutes les communes,
- Réseaux sociaux de la ville et de l'agglomération,
- Ambassadeurs du tri dans les lycées,
- Relais dans la presse locale,
- Campagne au Cinéma d'Alès avec des spots de 40 secondes avant chaque séance.

> Une communication "décalée" en fil rouge tout au long de l'année, pour que le tri sélectif ne passe jamais inaperçu

Publications vidéos Facebook/Instagram, d'affiches détournées et de même internet régulièrement.

> Tous les 15 jours, une vidéo publiée. Le scénario de ces capsules vidéo met en scène une bande d'« Abutris » reprenant certains grands classiques du cinéma, de la télévision ou encore de clips musicaux.

Exemples :

- Bornes to be alive
- Jurra'tri Parc
- Casa de Papier
- et j'ai trié, trié...Aline
- Pas de boogie woogie avant de faire votre tri du soir



> Pour les territoires

Mise en place d'un concours de la meilleure commune «trieuse».

À la clé pour la commune ayant le meilleur rapport tri/habitant (sur la base du verre dont on a les chiffres tous les mois) : une dotation exceptionnelle (fonds de concours d'investissement) pour le financement d'un projet municipal.

Les 5 communes de l'agglomération les plus performantes recevront dans l'ordre :

1^{er} > 15 000 euros

2^e > 8 000 euros

3^e > 4 000 euros

4^e > 2 000 euros

5^e > 1 000 euros

La dotation se fera sur le budget 2025.

Pour faire la promotion du dispositif :

- Affiches et flyers mis à disposition des maires,
- Article dans le journal d'Alès Agglomération.

> Une communication événementielle pour être présent et actif sur tous les temps forts du territoire

Présence des ambassadeurs du tri sur les grands événements de l'année afin de pouvoir interagir de manière ludique avec les usagers.

Pour cela, mise à leur disposition d'un stand parapluie, de goodies et d'une roue de la chance dédiée au tri sélectif.



> Pour les associations (à partir de septembre 2024)

Lancement d'un palmarès de l'initiative écoresponsable menée par une association. 5 000 € de subventions exceptionnelles viendront récompenser les meilleures initiatives menées par des associations en matière de tri. Les dossiers de candidatures seront à retirer à partir de septembre 2024 et l'attribution aura lieu en juin 2025.

Pour faire la promotion du dispositif :

- Article dans le journal d'Alès Agglomération,
- Site web,
- Ambassadeur du tri.

> Pour les enfants (encore en cours de budgétisation)

Location d'oculus (casque VR) pour des interventions en classe afin de proposer une activité ludo-pédagogique moderne à l'aide de la réalité virtuelle.

Possible dès la rentrée 2024-2025

Une campagne vertueuse avec un budget de production réduit et maîtrisé

Pour la production des supports vidéos (création de visuels, tournage des clips, montage, diffusion), la Direction de la Communication d'Alès Agglomération a apporté son expertise et ses compétences afin de maîtriser les coûts et d'en réduire au maximum l'impact sur les finances de la collectivité.

Coût de production des clips (captation, montage), de création de l'affiche et de l'identité de la campagne : inférieur à 1 000 € (ce chiffre correspond surtout à des besoins spécifiques en costumes, petits frais accessoires).

Budget prévisionnel total de la campagne : 80 000 €

Ce budget est intégralement englobé dans le Plan Gestion des Déchets d'Alès Agglomération, il n'est pas un montant supplémentaire de dépenses. De plus, à travers le fond de concours aux communes et le jeu-concours pour les habitants ou les subventions exceptionnelles aux associations, cette somme sera pour moitié redistribuée directement au niveau local.



CONTACT PRESSE

Romain Capelle

romain.capelle@alesagglo.fr

06 12 83 01 74

LIENS UTILES

> www.citeo.com

> sigcevennes.fr/portal/apps

> www.ales.fr/vie-quotidienne/gestion-des-dechets/tri-selectif/