# Campagne de sensibilisation conjointe réduction et tri des déchets

## Métropole Aix Marseille Provence

Auteur :

Le Pharo
58, Boulevard Charles-livon
13007 Marseille
Voir le site internet
Vincent Ochier
vincent.ochier@ampmetropole.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

## CONTEXTE

Marseille Provence Metropole a défini un plan d'action 2010-2015 pour réduire ses déchets et améliorer ses performances de tri.

Un constat, conforté par une enquête d'opinion réalisée en septembre 2011, de manque d'information simple pour les habitants sur le bon geste à réaliser pour réduire et trier ses déchets a été fait.

Afin d'apporter une réponse aux interrogations des habitants, MPM a lancé une vaste campagne de sensibilisation afin d'inciter les habitants à adopter les gestes éco-citoyens en matière de réduction et tri des déchets :

- Un site Internet dédié (www.trionsnosdechets-mpm.fr) qui donne accès à de nouveaux services (réserver un composteur, prendre un rendez-vous pour la collecte d'objets encombrants, renouveler son bac) et fournit, à partir d'un guide de tri interactif, la bonne consigne pour gérer au mieux ses déchets avec une géolocalisation des points de récupération des déchets pour réemploi et de collecte pour recyclage.
- Une nouvelle application TRI-MPM pour téléphones mobiles et tablettes qui permet en un clic de répondre aux questions que l'on se pose : que faire de mon déchet pour être le plus "éco-citoyen" possible ? Où le déposer à proximité de chez moi ?
- Des jeux en ligne pour sensibiliser les plus jeunes aux règles de tri des déchets.

Ces outils numériques complètent des supports papier et une communication de proximité réalisée par une trentaine d'éco-ambassadeurs dont 20 en insertion.

## OBJECTIFS ET RESULTATS

### Objectifs généraux

Les objectifs de cette campagne de sensibilisation sont triples :

- Associer dans notre communication la réduction et le tri

- Relier l'information avec les déplacements des citoyens via des outils spécifiques de géolocalisation

- Justifier les informations données par des preuves en créant des ponts entre l'opérationnel et la campagne.

### Résultats quantitatifs

8 visuels déployés sur le territoire de MPM pendant 1 mois

1 site internet offrant une information spécifique et localisée pour simplifier la démarche des citoyens avec plus de 5 000 visites /mois.

### Résultats qualitatifs

De nombreux relais d'information ont été mobilisés sur ce projet (interne à MPM, ressourceries, Emmaus,...) et se retrouvent dans une communication globale qui apporte une réponse aux habitants.

## MISE EN OEUVRE

### Planning

Juin 2010 : Définition du plan d'actions MPM 2010-2015

Septembre 2011 : enquête d'opinion auprès des habitants de MPM

Octobre 2011 à Mars 2012 : réalisation des visuels de la campagne et du contenu du site internet

Avril 2012 : première vague d'affichage des visuels et mise en ligne du site interneté

Mars 2013 : 2ème version du site avec mise en place de téléservices

### Moyens humains

5 personnes ont travaillé sur ce projet entre la DGS, DCom et la Direction informatique.

### Moyens financiers

143 000 euros pour la campagne et le site internet

### Moyens techniques

Accompagnement par le service informatique de MPM qui a concu techniquement le site internet, le service de la collecte sélective qui a géolocalisé les colonnes de tri et bien sur la direction de la communication.

### Partenaires mobilisés

Structures du réemploi sur le territoire de MPM (ressourceries, communautés Emmaüs)

Eco-organismes pour l'identification des points de dépôt dédiés et Eco-Emballages pour l'approche guide de tri interactif

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

Oui

### Difficultés rencontrées

Apport d'une réponse globale, rapide et géolocalisée, pour simplifier le geste des habitants.

### Recommandations éventuelles

Anticiper les mises à jour de l'outil internet

---

### Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | ORGANISATION PROFESSIONNELLE | CAMPAGNE D'INFORMATION | EMBALLAGE | ORDURES MENAGERES RESIDUELLES

### Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

### Contact ADEME

Bernard VIGNE

bernard.vigne@ademe.fr

Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur