

Exposition jeu sur la réduction des déchets : Objectif - 7%

Sensibilisation du grand public
Région : Bourgogne

Mots clés : Grand public | Sensibilisation | prévention des déchets

Résumé :

Les pratiques de tri sont assez bien ancrées dans les habitudes des habitants du Grand Dijon. Cependant, la prévention demeure un sujet nouveau et peu connu par la population. Néanmoins, la plupart des habitants réalisent des actions en faveur de la réduction des déchets sans le savoir. Il est donc primordial de communiquer sur les enjeux de la réduction des déchets et les gestes à mener au quotidien à travers un outil de communication ludique et participatif.

L'exposition réalisée par la maison de l'environnement et de l'architecture met les visiteurs en situation d'achat dans l'environnement d'une petite supérette remplie de produits fabriqués pour l'occasion. Ils sont ainsi confrontés à leurs comportements de consommation.

Pourquoi agir ?

- **Elargir l'offre d'animation concernant la prévention des déchets**

Bien que sensibilisé aux problèmes de protection de l'environnement et au tri sélectif des déchets, le grand public est peu informé sur la prévention des déchets. Pourtant la réduction des déchets est importante autant pour des raisons économiques, écologiques que sociales.

En réalisant une exposition destinée à tous les publics consacrée à la réduction des déchets, la CA de Dijon et Latitude 21 veulent permettre un éveil à la réduction des déchets.

- **Faire connaître les gestes de la prévention des déchets au grand public**

La prévention des déchets est très souvent réalisable par l'acquisition de gestes simples tels que les achats mini-déchets, le réemploi ou la lutte contre le gaspillage alimentaire. En s'appuyant sur des animations originales et ludiques, il s'agit de faire naître une prise de conscience que chacun peut agir à son échelle.

Réseau **A3P**



Collectivité

CA du Grand Dijon
40 Avenue du Drapeau
21000 Dijon
www.grand-dijon.fr

Partenariat

ADEME, la maison de l'environnement et de l'architecture du Grand Dijon (Latitude 21), des restaurateurs, des établissements scolaires, des associations locales (Emmaüs, Envie 21, La Bécane à Jules), l'éco-organisme Eco-systèmes, la CCI de Côte-d'Or, les ambassadeurs du tri de la CA, La FREDON.

Date de lancement

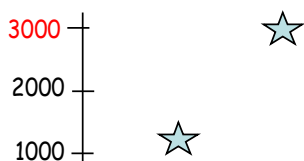
Juin 2012

Objectif

Sensibiliser les enfants et les adultes à la prévention

Réalisation de l'objectif

Nombre de personnes sensibilisées



Planning

Décision : T0
Préparation : T0 + 11 mois
Opérationnel : T0 + 12 mois
Durée de l'action : 4 mois entre avril et juillet 2013, Renouvellement de manière intermittente en 2014

Coûts

Matériel : 20.000 euros + personnel

Moyens humains

Equipe projet et partenaires : 0,6 ETP

Moyens techniques

Expérience de Latitude 21 et des partenaires

Bilan en chiffres

Depuis avril 2013, 1.400 enfants et 1.200 adultes ont visité l'exposition.

Lien fiche action-résultat :

<http://www.optigede.ademe.fr/fiche/exposition-jeu-sur-la-reduction-des-dechets-objectif-7>

Code SINOE : 2179

Pour en savoir plus

Sur le site internet de l'ADEME

www.ademe.fr/dechets

www.reduisonsnosdechets.fr

<http://optigede.ademe.fr>

Contacts

CA du Grand Dijon

Tel : 03.80.76.39.69

Mail : enourrin@grand-dijon.fr

ADEME Bourgogne

1C, boulevard de Champagne - Tour Elithis

BP 51562 21015 DIJON Cedex
Tél 03 80 76 89 76

E-mail :

ademe.bourgogne@ademe.fr

Les actions mises en œuvre par la collectivité

Conçue par Latitude 21 avec la collaboration de différents partenaires (restaurateurs, entreprises, associations, ambassadeurs du tri...), l'idée principale de l'exposition est de mettre les visiteurs en situation d'achat et de faire l'analyse des choix au moment de passer en caisse.

• Principe de l'exposition

L'exposition est constituée d'une gondole de supermarché de 4m de long sur 1,20m de large sur 2m de hauteur comportant une centaine de faux produits et de plusieurs panneaux truffés d'informations.

Elle est conçue comme un outil de dialogue avec le public et vise à faire partager une attitude critique et constructive vis-à-vis de nos habitudes de consommation, de l'organisation de notre société et sur les moyens de réduire nos déchets.

Toute la réflexion générée par l'exposition doit avant tout être « joyeuse » et non moralisatrice : il n'y a pas d'un côté de « bons » consommateurs, écocitoyens et de l'autre de « mauvais » consommateurs. Elle doit donner du plaisir à apprendre, à réfléchir, à s'interroger sur son propre comportement.

• Principe du jeu

L'idée du jeu est de donner à plusieurs groupes de visiteurs une liste de courses avec des questions. Les joueurs ont 10 à 15 minutes pour faire les courses et s'informer sur les questions. Ensuite, lors du « passage à la caisse », les groupes viennent expliquer leur choix. Un animateur pose des questions à l'ensemble des participants et apporte des informations sur chaque problématique. Les animateurs ou les enseignants ont la possibilité de créer leurs propres listes de courses pour mettre en avant telle ou telle problématique. Les intervenants peuvent être formés par Latitude 21.

Le « plus » de l'opération

L'exposition est ludique et interactive. Les produits contenus dans l'exposition peuvent être saisis par le visiteur et servent de supports d'informations. Ils multiplient ainsi les contenus didactiques de l'exposition. Des éléments humoristiques ont été rajoutés sur les emballages de façon à faire sourire le visiteur et ne pas être moralisateur.

Reproductibilité

La mise en œuvre d'une exposition de ce type nécessite un budget important et n'est ainsi adaptée qu'à de grosses collectivités.

Néanmoins, l'idée de reconstituer une supérette est originale et peut être reproduite à plus petite échelle.