



Animer un atelier sur le ménage au naturel

DESCRIPTION DE L'ACTION

Les ateliers de fabrication de produits ménagers naturels sont des ateliers ludiques durant lesquels il est rappelé aux participants les inconvénients des produits ménagers classiques : dangerosité pour l'environnement, pour la santé, coûts, multiplication des produits et des emballages... Cela permet de rappeler la signification des nouveaux pictogrammes présents sur ces produits dangereux ainsi que les précautions à prendre lors de leur utilisation mais aussi lorsqu'ils sont vides (retour en déchèterie).

Ensuite, les alternatives à ces produits sont présentées en expliquant leurs avantages en présentant diverses « recettes des grands-mères ». Soit les participants sont amenés à réaliser eux-mêmes un certain type de produit ménager naturel comme dans les ateliers du Calitom¹ (E3), soit ils suivent la fabrication réalisée par les animateurs de l'atelier, comme dans les ateliers de la CIVIS² (E4)

L'ESSENTIEL

<p>Intérêt</p> 	<p>Ludique, tout public, discours différent et attrayant. Les produits d'entretien peuvent avoir un impact sur la santé des utilisateurs, sur l'environnement (qualité de l'eau). Les produits alternatifs ne comportent pas de pictogrammes des produits dangereux. De plus, une bonne utilisation (respect des doses et fréquence) permet de réduire le besoin, donc le coût d'achat. La CIVIS (E4) a calculé qu'en moyenne, chaque foyer pouvait économiser 82 € par an et qu'à l'échelle de son territoire, 116 tonnes d'emballages par an pouvaient être économisées.</p>
<p>Facilité de mise en œuvre</p> 	<p>Nécessite de préparer le contenu (discours, recettes, efficacité, coûts, impacts sur la santé et l'environnement) en réalisant ou reprenant un guide des déchets dangereux, un livret de recette et/ou un dépliant... Peut-être fait par un relais (association d'éducation à l'environnement, à la consommation, à la santé...).</p>
<p>Moyens nécessaires</p> <p>€ € €</p>	<p>Achat de produits alternatifs, contenants vides, gants... Produits « tachés » à laver.</p>

¹ Syndicat de collecte et de traitement des déchets de Charente

² Communauté Intercommunale des Villes Solidaires, Réunion

INTERÊT DE L'ACTION

Ces ateliers sont **relativement simples à mettre en place** : les différentes « recettes » se trouvent assez facilement dans des livres ou sur internet, les matières premières et le matériel pour réaliser les produits ménagers sont disponibles dans toutes les grandes surfaces et ne coûtent presque rien.

Il s'agit également **d'ateliers ludiques** qui attirent plus facilement que des animations sur les déchets. En effet, si la finalité est tout de même de sensibiliser les participants à la réduction de leurs déchets et à leur nocivité, l'atelier est davantage **centré sur des activités du quotidien qui concernent tout le monde**, sans lien direct avec les déchets (thématique qui n'est pas très mobilisatrice). De plus, il se développe de plus en plus dans le grand public **une sympathie pour les produits « naturels »**, anciens et pour toutes les « astuces de grand-mère ».

Ces ateliers vont aussi **attirer un public plus défavorisé** qui peut être sensible au discours sur les économies et les produits « faits maison ».

En tant que **bonne « porte d'entrée »** pour toucher un public parfois réticent à participer à des animations sur les déchets, ces ateliers ont l'avantage de pouvoir **facilement ouvrir la discussion vers l'ensemble des produits dangereux, mais aussi vers des actions de prévention quantitative**, comme l'éco-consommation : ne pas acheter trop de produits différents ou sur-emballés, privilégier des lingettes microfibrées...

RECOMMANDATIONS ET POINTS CLÉS pour la réussite de l'action

Forme de l'atelier : participatif et ludique

En premier lieu, il est important de faire en sorte que **l'atelier soit le plus ludique possible** et démontre l'efficacité des produits présentés : les participants peuvent être mis à contribution pour réaliser eux-mêmes un produit, ou bien, si ce sont les animateurs qui s'en chargent, ils devront l'utiliser devant les participants.

Il est d'ailleurs possible de demander aux participants d'amener eux-mêmes un produit à nettoyer (textile sali, casserole noircie...) pour en démontrer l'efficacité. Dans ce cas, l'animateur devra penser à amener avec lui différents types de produits déjà préparés pour être certain de pouvoir répondre à toutes les demandes.

Le discours : précis, rassurant et pour tous les publics

De nombreuses questions risquent de porter sur le surcoût, sur l'impact sur la santé ou sur les conséquences sur l'environnement des produits traditionnels. L'animateur veillera à s'informer en amont et à **introduire dans sa présentation une sensibilisation** à ces questions. Il pourra s'inspirer des documents et supports de présentation recensés dans cette étude.

Concernant **l'efficacité réelle** de ces produits en matière de désinfection par exemple, là encore l'animateur, outre une démonstration de l'efficacité visible, prendra soin de se renseigner sur les vertus démontrées de chaque produit utilisé dans les recettes. La CIVIS (E4) a fait réaliser un travail d'analyse par un IUT génie biologique, dont les résultats provisoires semblent confirmer une même efficacité entre produits « maisons » et produits ménagers classiques. Les propriétés des différents produits utilisés dans les recettes sont présentées dans le dépliant sur le ménage au naturel de la CIVIS.

Enfin, il ne faut pas oublier de sensibiliser les participants aux produits du commerce éco-labélisés, pour que ceux ne souhaitant pas reproduire les recettes aient tout de même une réflexion lors de l'acte d'achat. Travailler sur les alternatives commerciales aux produits dangereux permettra facilement **d'ouvrir l'atelier à un public de professionnels**, qu'il s'agisse des agents d'entretien des collectivités ou des entreprises de nettoyage, voire de créer un atelier spécifique pour ces personnes.

Les documents à produire et diffuser

Même si l'atelier fait participer le public à travers la création d'un produit qu'ils pourront amener chez eux par exemple, il est préférable qu'ils repartent également **avec un document synthétique résumant le contenu de l'atelier**, avec une ou plusieurs recettes et éventuellement le lien vers un livret de recette accessible par ailleurs (par exemple, le livre « Le grand ménage de Raffa »).

La CIVIS (E4) diffuse un dépliant synthétique, et le CALITOM (E3, Charente) diffuse quant à lui un livret de recettes complet créé par l'association Charente Nature.

Partenaires et relais

Deux types de partenariats sont envisageables pour de tels ateliers :

- des acteurs permettant **d'organiser des ateliers**, aussi bien pour la mise à disposition des locaux que pour l'identification des participants ;
- des acteurs **assurant eux-mêmes l'animation** des ateliers.

Les acteurs pouvant faciliter le déploiement des ateliers sont de nature très diverses et il est préférable de les cibler le plus largement possible : bailleurs sociaux, syndicats, entreprises de nettoyage, association d'éducation à la santé ou à l'environnement, associations de consommateurs, association d'aide au logement, CAF, centres sociaux, CCAS, collectivités... L'important étant de privilégier **les acteurs disposant d'un réseau et pouvant mobiliser par eux-mêmes les participants**.

En effet, si les ateliers ne nécessitent pas un temps important pour la réalisation, ils peuvent en revanche **nécessiter beaucoup plus de temps pour l'identification des partenaires** et surtout pour « **recruter** » **des participants**. Il n'est alors pas envisageable de consacrer plus de temps à la recherche de participants qu'à la réalisation des ateliers. **Les participants devront donc être de préférence mobilisés par les réseaux sollicités et non par le porteur de projet**. En fonction des besoins, des supports de communication (affiches, invitation papier ou mail...) pourront être proposés à ces relais.

Le porteur du programme peut également **souhaiter s'appuyer sur des acteurs qui animeront eux-mêmes les ateliers**. En effet, il s'agit de thématiques souvent déjà traitées par des associations locales d'éducation à l'environnement, à la santé ou à la consommation.

Communication et valorisation

Des outils de communication pourront être fournis aux acteurs chargés d'identifier des participants, mais il est également possible d'utiliser la presse locale pour annoncer un atelier et présenter dans l'article des alternatives possibles.

Suivi et évaluation

Pour suivre l'impact en matière de changements de comportement, il est possible de **réaliser une enquête courte diffusée aux participants** qui l'acceptent. Les contacts pourront également servir pour les informer d'actions similaires ou d'autres actions réalisées dans le cadre du PLPD.

L'enquête pourra être envoyée plusieurs mois après l'atelier pour en connaître les effets : les participants ont-ils modifié leurs pratiques ? Privilégient-ils les éco-labels ? Ont-ils présenté les recettes autour d'eux ?

Mais surtout, ces enquêtes peuvent être **réalisées directement par le relais assurant l'animation de l'action**. Ces résultats serviront également à modifier l'atelier si besoin pour prendre en compte les différentes remarques.

RETOURS D'EXPÉRIENCE

[La CIVIS \(E4\) a réalisé 14 ateliers en 2011](#). Pour le préparer, elle a réalisé un foyer témoin sur l'utilisation des produits ménagers et elle a confié à un IUT un travail d'analyse de l'efficacité des produits naturels. Ces informations se retrouvent dans le dépliant distribué à la fin des ateliers.

[Le Calitom \(E3\)](#) a confié à l'association Charente Nature l'accompagnement de centres sociaux auxquels sont proposés un travail spécifique sur le ménage au naturel. Les participants sont invités à amener des textiles tâchés ou autres éléments sales pour tester l'efficacité des produits. Les participants motivés peuvent ensuite animer eux-mêmes d'autres ateliers en invitant amis et voisins.