Chariots maxi-mini déchets

Valodea - Syndicat Mixte de Traitement des DÉchets Ardennais

14 Rue Camille Didier
8000 Charleville-Mézières
Voir le site internet
Auteur : Virginie Druart
virginie.druart@valodea.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Depuis 2008, VALODEA organise chaque année, une action « Maxi-mini déchets ».

Les grandes enseignes sont bien identifiées et sont intéressées par ce type d'animation, notamment lors d'événements nationaux type SERD ou SDD mais les petites surfaces n'ont jamais été sollicitées.

Lors des précédentes actions, de grandes difficultés ont été rencontrées pour établir le contact avec les consommateurs et des problèmes de visibilité ont été identifiés (lieu d'implantation dans le magasin, place octroyée, moyens déployés, pas de communication sur l'action).

Les actions n'étaient pas structurées et ne permettaient pas d'évaluer l'impact (partenariats avec les enseignes non structurés, envergure du stand peu satisfaisante, relevé d'indicateurs inexistant, absence de médiatisation et d'officialisation de l'action).

Engagés dans un Plan Départemental de Prévention des Déchets depuis le 1er janvier 2012, nous souhaitions donner une autre dimension à cette action dans le cadre de la SERD 2012.

Descriptif de l'action :

- 2 actions "maxi-mini déchets" menées par 2 collectivités différentes, avec 2 enseignes différentes, mais coordonnées par le porteur de plan (animation, règlement du jeu, composition des chariots, communication et médiatisation identiques).

- Comparaison de 2 chariots « maxi-mini déchets » :

Comparaisons (poids/prix) de différents produits de même marque et de même contenance (hors denrées périssables).

Sélection de produits susceptibles de satisfaire les différents membres d'une famille (homme, femme, enfants, nourrissons) et représentatifs des produits utilisés quotidiennement (alimentation, boisson, hygiène, entretien).
Illustration des différentes thématiques « d'achats malins », par le choix de produits éco-labellisés, réutilisables, en grand format, dématérialisés, concentrés, à longue durée de vie, rechargeables, non sur-emballés, ou en vrac.

- Espace jeux et information :

Panneaux d'exposition Eco-chariot (ASCOMADE) personnalisés avec les chiffres départementaux.
Panneaux "Le juste choix" créé pour l'occasion mais réutilisable, permettant de comparer le poids et le prix de différents produits
Quizz départemental « Consom'acteur » avec le descriptif des chariots « mini-déchets » à gagner.

- Installation de « stop rayon » devant les produits comparés pour établir une continuité

- Animation au micro pour et dynamiser l'événement

- Médiatisation de l'action pour la valoriser

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Mobiliser et accompagner les collectivités
- Mobiliser les consommateurs pour faire passer le message
- Développer des partenariats pérennes
- Valoriser notre action (moyens mobilisés et médiatisation)
- Evaluer notre action

Résultats quantitatifs

- **1** collectivité participante (+ VALODEA pour le département)
- **2** enseignes mobilisées
- **500** personnes sensibilisées
- **566** bulletins de participation (41 % de bonnes réponses)
- **10** « éco-chariots » gagnés
- **5** « éco-chariots » financés par les enseignes (500 €)
- **27** « stop rayon » installés (9 thématiques différentes)
- **125** carnets de courses distribués
- **67** guides « mieux consommer » distribués

Retour presse

- 2 interviews radio (Champagne FM – France Bleu Champagne)
- 3 articles dans le journal local

Résultats qualitatifs

Partenariats développés

- Rédaction d'une charte de partenariat (non signée)
- Engagements verbaux tenus par les 2 enseignes
- Edition de visuels par l'enseigne de Charleville-Mézières
- Remise des lots organisée par l'enseigne de Charleville-Mézières
- Mobilisation du personnel et des directions des enseignes
- Rencontre de nouveaux partenaires (ASCOMADE, imprimeurs, animateur, huissier de justice pour le règlement du jeu,…)

MISE EN OEUVRE

Planning

Fin août début septembre :

- Elaboration de la fiche projet
- Rencontre avec les enseignes

Mi-septembre :

- Appel à projets auprès des collectivités et inscription de l'action sur www.reduisonsnosdechets.fr
- Prise de contact avec les futurs prestataires (animateur micro, ASCOMADE)
- Rencontre avec l'huissier de justice pour des renseignements sur le règlement du jeu
- Communiqué de presse J-50

Début octobre :

- Réunion de coordination avec les collectivités participantes
- Analyse des besoins et des contraintes (matériels, humains, communication,…)
- Réflexion sur la composition des chariots à comparer (thématiques prévention, cible, moyens financiers disponibles)
- Elaboration du règlement du jeu selon le modèle transmis par l'huissier de justice
- Rencontre des imprimeurs pour élaborer un support spécifique à ce type d'animation
- Confirmation de l'animation micro auprès de l'animateur et de la date du reportage auprès du prestataire
- Communiqué de presse J-3 semaines

Mi-octobre :

- 1er repérage des produits en magasin (relevé de prix, de poids + photos)
- Elaboration des plannings (permanences en magasin, remise des lots,…)
- Validation des visuels des panneaux (personnalisation de l'exposition éco-chariot et création du support spécifique) et commande
- Création et validation de certains supports personnalisés (quizz, affiches, stop rayon,…)
- Elaboration d'un plan de communication commun (spots radio, interviews, communiqués de presse, reportage Ardennes TV,…)

Début novembre :

- Coordination pour le choix des produits et 2ème repérage en magasin
- Briefing des animateurs (internes et externe)
- Partage des outils techniques nécessaires avec les collectivités (relevés d'indicateurs, charte de partenariat,…)
- Mise à disposition du matériel : panneaux d'exposition, affiches, documents de communication,…
- Interviews presse

J-1semaine :

- Validation et dépôt du règlement chez l'huissier de justice
- Transmission du règlement aux collectivités
- Composition des chariots et montage du stand (la veille)
- Communiqué de presse J-5

Durant la SERD :

- Communiqué de presse « en cours »
- Animation du stand
- Prise de photos
- Relevé d'indicateurs
- Samedi de clôture : animation micro par un animateur extérieur + reportage vidéo

Fin novembre :

- Tirage au sort devant huissier
- Appel des gagnants et envoi d'un carton d'invitation aux gagnants
- Création d'un mémo à mettre dans les sacs des gagnants pour rappeler l'intérêt des produits choisis
- Remises des lots
- Communiqué de presse bilan
- Revue de presse

- Evaluation interne et ADEME

Moyens humains

VALODEA :

- Animatrice du Plan Départemental de Prévention et ambassadrice Prévention (2 mois et demi à temps plein)
- Chargée de communication (communiqué de presse, avis concernant la pertinence des visuels et relation presse)
- 2 ambassadeurs du tri (participation à l'animation du stand)
- Directeur (suivi de l'action et validation des démarches)
- Elu référent, présent le samedi de la clôture pour sensibiliser à nos cotés et pour le reportage vidéo

SMICTOM d'Auvillers-les-Forges :

- Animatrice du Programme Local de Prévention
- Elu référent

Moyens financiers

Animation : 2 048 €

- Chariots de course à 1 000 € (10 chariots de 100 € (3 financés par VALODEA, 2 par le SMICTOM, 3 par Carrefour Charleville-Mézières et 2 par Carrefour Contact Rimogne)
- Dépôt du règlement chez un huissier de justice à 598 €
- Animateur à 300 €
- Assurance à 150 €

Supports d'information : 5 721 €

- Exposition Eco-chariot (investissements) à 3 582 € (3 expositions de 3 panneaux car achat pour les collectivités porteuses de programmes)
- Panneaux « Le juste choix » (investissements) à 1 060 € (3 panneaux car achat pour les collectivités porteuses de programmes)
- Affiches et carnets de course à 1 079 € (1 000 carnets de course et 20 affiches A0 : 700 carnets VALODEA, 300 carnets SMICTOM, 10 affiches A0 annonce de l'évènement et 10 affiches A0 chariot à gagner)

Médiatisation : 3 948 €

- Spot radio à 2 780 € (création et diffusion d'un spot de 20 secondes diffusé sur 3 radios : Champagne FM, radio 8, NRJ à hauteur de 5 messages/jour pendant 9 jours)
- Insertion publicitaire à 713 € (bannière du site internet de l'Ardennais)
- Reportage vidéo à 455 € (diffusé sur Ardennes TV)

TOTAL : 11 717 €

Moyens techniques

- **9** panneaux sur pieds pour l'exposition « Eco-chariot » de l'ASCOMADE (personnalisation départementale)
- **3** panneaux sur pieds « Le juste choix »
- **2** urnes pour collecter les bulletins de participation (fermées à clé et remise des clés à l'huissier de justice)
- **1** présentoir pour mettre de la doc en libre service
- **6** grilles métalliques pour installer l'exposition de la SERD, accrocher les chariots, afficher le règlement intérieur et les affiches A0 réalisées
- **2** chariots (1 maxi et 1 mini déchets) installés en galerie donc protégés (plaques de plexiglas percées et fixées avec des colliers de serrage + fixation des 2 chariots sur 2 grilles métalliques avec des colliers de serrage)
- **2** tables, **2** chaises, quelques crayons pour compléter le quizz (impression en interne des quizz (A5, 2 par page)
- **27** « stop rayon » installés dans le magasin pour identifier les produits (système d'accroche fourni par l'enseigne)
- Dépôt du règlement et tirage au sort chez un huissier de justice
- Intervention d'un animateur extérieur pour dynamiser l'action le samedi de la clôture (retour son dans le magasin et dans la galerie installé par l'animateur qui travaille très souvent avec Carrefour)

Partenaires mobilisés

- Carrefour Contact de Rimogne (Direction),

- Carrefour Charleville-Mézières (2 employés de Carrefour Charleville-Mézières + le directeur),
- l'animateur extérieur pour Charleville-Mézières,
- l'ASCOMADE pour la personnalisation de l'exposition « Eco-chariot »,
- Ardenne TV pour le reportage vidéo,
- la presse pour les interviews et la diffusion des messages radios,
- l'ADEME pour la validation des visuels.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Cette action est facilement reproductible sur n'importe quel autre territoire (rural ou urbain) à condition que l'enseigne soit motivée et que des moyens humains nécessaires soient mobilisés.

Difficultés rencontrées

Coordination départementale et personnalisation

- Quizz identique, 1 seul règlement déposé pour les 2 animations et prise en compte des problématiques des 2 actions (négociations avec l'enseigne, produits disponibles, nombre de chariots à gagner, date de remise des lots, moyens humains, horaires d'ouverture,…)
- Support et messages similaires (personnalisés mais cohérents et adaptés au contexte local)

Professionnalisation de l'action

- Recours à un huissier de justice pour le règlement du jeu et le tirage au sort
- Volonté de faire signer une charte de partenariat avec l'enseigne
- Relevé d'indicateurs pour mieux évaluer l'action
- Intervention d'un professionnel de l'animation en magasin
- Remise des lots officielle
- Soutien des élus référents pendant l'action
- Médiatisation des partenariats et de l'action

Recommandations éventuelles

- Envoyer l'appel à projets aux collectivités le plus tôt possible (l'idéal serait 6 mois à l'avance).
- L'implication de l'enseigne est primordiale. Carrefour France lance des défis aux Carrefour "locaux", et parfois l'enseigne nationale peut accompagner l'action et motiver l'enseigne.
- Transmettre la charte de partenariat à l'enseigne dès la première rencontre, ne pas attendre leur retour sur ce qu'ils peuvent proposer mais transcrire ce que l'on souhaite, et corriger au-fur-et-à-mesure en fonction de l'avancée des négociations.
- Préparer les chariots en amont pour éviter les ruptures de stock de certains produits.
- Les moyens humains doivent suivre pour faire vivre l'animation. Nous n'étions pas présents à 100 % du temps (cf. planning) mais aux périodes d'affluence transmises par l'enseigne (indispensable les 2 samedis).

Mots clés

MENAGE | CONSOMMATEURS | CONSOMMATION DURABLE | ORDURES MENAGERES RESIDUELLES | EMBALLAGE

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Antoine CHIRON
antoine.chiron@ademe.fr
Direction régionale Grand Est