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

expérience exemplaire

Dijon Métropole

Auteur :

40 avenue du Drapeau
21000 Dijon
Voir le site internet
Emilie Nourrin
enourrin@grand-dijon.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

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. Quand on demande aux habitants quels gestes ils réalisent en matière de prévention, la plupart nous parlent du tri des déchets alors qu'ils réalisent des gestes au quotidien comme 'boire l'eau du robinet' ou 'utiliser un sac cabas pour leurs courses'. La plupart des habitants réalisent des actions en faveur de la réduction des déchets sans le savoir.
Ainsi, il est 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.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Sensibiliser les habitants aux enjeux de la réduction des déchets et communiquer sur les gestes à mener au quotidien afin qu'ils deviennent acteurs

Résultats quantitatifs

- 510 enfants (31 classes) sont venus visiter l'exposition d'avril à fin juillet 2013

- 1419 personnes sensibilisées via l'exposition de septembre 2013 à août 2014

- 1657 personnes de septembre 2014 à août 2015

Résultats qualitatifs

Travail collaboratif avec les acteurs locaux et les associations locales :

- CCI de Côte d'Or,

- restaurateurs,

- la FREDON Bourgogne,

- Emmaüs,

- Envie 21,

- Unis Cité

...

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

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.

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.

Planning

- De juin 2012 à octobre 2012 :
Définition du projet avec Latitude 21 (maison de l'environnement et de l'architecture du Grand Dijon) en charge de la création de l'exposition et les ambassadeurs du tri.
La volonté de la collectivité est de créer une exposition ludique, participative et facilement transportable dans l'optique de la mettre à disposition des communes de l'agglomération et des associations locales.
C'est pourquoi on a décidé de créer une exposition itinérante destinée à tous les publics avec une attention particulière pour les plus jeunes.
L'idée principale de l'exposition est de mettre le public en situation d'achats dans le cadre d'un faux mini-marché et de faire l'analyse des choix effectués au moment du passage en caisse.
- De novembre 2012 à mars 2013 : conception de l'exposition avec la collaboration de différents partenaires (restaurateurs, entreprises,
associations, ambassadeurs du tri…)
- Avril 2013 :
* présentation d'une partie de l'exposition au sein du village goût, nutrition, santé à Dijon
* inauguration de l'exposition mi-avril
* présentation aux élus lors de la commission environnement
* communication sur l'exposition (affichage bus, article dans le
magazine du Grand Dijon, newsletter…)

- Avril à fin juillet 2013 : exposition au sein des locaux de Latitude 21

- **A partir de septembre 2013** : exposition au sein de Latitude 21 et prêt aux communes, établissements scolaires... avec une animation par les ambassadeurs du tri.

Moyens humains

0,6 ETP (équipe projet et partenaires) de juin 2012 à juillet 2103

Moyens financiers

20 000 € (moyens humains + communication) de juin 2012 à juillet 2013

Moyens techniques

L’expérience de Latitude 21 et des différents partenaires

Partenaires mobilisés

- les acteurs locaux (restaurateurs, la FREDON Bourgogne, un établissement scolaire…)
- les associations locales (Emmaus, Envie 21, La Bécane à Jules…)
- l’éco-organisme Eco-systèmes,
- la CCI de Côte-d’Or
- Les ambassadeurs du tri

- Unis Cité
- l’ADEME

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

- L’exposition traite de toutes les thématiques en lien avec la réduction des déchets (réemploi, réparation, Stop Pub, gaspillage alimentaire, écoconsommation…).

- L’interaction avec le public

Recommandations éventuelles

Communiquer largement;

L’exposition peut être louée ou vendue.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | CONSOMMATION DURABLE | CAMPAGNE D'INFORMATION

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Frédéric JAN
frederic.jan@ademe.fr
Direction régionale Bourgogne-Franche-Comté