
Promotion de l'eau du robinet

Siredom

5, Rue Gustave Eiffel

91420 Morangis

[Voir le site internet](#)

Auteur :

Lyse Gasteau

lgasteau@siredom.com

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE

Le SIREDOM s'est engagé, auprès de l'ADEME, à élaborer et mettre en œuvre un programme local de prévention des déchets avec comme objectif de réduire de 7% la production d'OMA en 5 ans.

Les bouteilles en plastique représentent plus de 252 000 tonnes de déchets par an en France (source ADEME 2006). Même si les bouteilles en plastique sont recyclables, seul un peu plus de la moitié de celles-ci sont recyclées, ce qui est encore peu, sans compter le coût induit par leur collecte et leur traitement.

A partir de ces constats, le SIREDOM a inscrit comme une priorité dans son Programme Local de Prévention la promotion de l'eau du robinet comme moyen de réduire la quantité des déchets d'emballage.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Promouvoir l'eau du robinet en tant que boisson afin de réduire la quantité de déchets d'emballage (bouteilles plastique).

Résultats quantitatifs

Cette action emblématique a rassemblé autour du Syndicat plus de 20 partenaires d'horizons variés.

Résultats qualitatifs

Résultats quantitatifs obtenus :

- 10 500 guides de sensibilisation distribués
- 160 jeux d'affiches (mairie, lieux public, centre de loisir...)
- SERD 2012 : 211 000 lecteurs essonniers touchés et 200 000 auditeurs touchés tous les jours via les 2 radios locales

51 % des habitants consomment systématiquement de l'eau du robinet contre 42% en 2010. (enquête PLP année 1 et année 3)

MISE EN OEUVRE

Planning

Planning/déroulement

· *Identification partenaires potentiels*

Valoriser l'eau du robinet est une action qui traduit la cohérence entre les politiques publiques locales : en effet, les collectivités s'engagent au quotidien pour la protéger, la produire et la distribuer aux habitants. C'est également une action forte inscrite dans une logique de développement durable. La première phase de mise en œuvre de l'action a donc été d'identifier les collectivités compétentes pour la production et la distribution d'eau du robinet, le mode d'exploitation du service (régie, affermage...), et l'entreprise exploitante.

· *Mise en place d'un partenariat avec les acteurs locaux*

Deux réunions de travail et d'échange, organisées par le SIREDOM ont permis de mobiliser les collectivités compétentes en termes de production et de distribution de l'eau potable et leurs délégataires éventuels afin de travailler en synergie sur cette question et d'élaborer une stratégie d'action et de communication. La création et la diffusion d'outils d'information et de sensibilisation, l'organisation de réunions publiques et d'animations sont quelques une des propositions étudiées, planifiées et mises en œuvre pour convaincre tous les habitants à boire sans crainte ni préjugé l'eau du robinet.

· *Elaboration et diffusion les outils de communication*

A l'occasion de la 4^{ème} édition de la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets, les outils de communication valorisant l'eau du robinet et soulignant ses bénéfices ont ainsi été réalisés et mis à la disposition des collectivités adhérentes et des partenaires de l'opération :

- un guide pratique,
- un article de communication type
- une campagne d'affichage destinée aux lieux publics (4 modèles d'affiches).

Une formation à la tenue d'un bar a eau, animée par la Société des eaux de l'Essonne a également été organisé par le SIREDOM afin de favoriser la mise en place de ces animations sur le territoire.

En parallèle et afin d'avoir une campagne de communication la plus large possible, spot radio et publireportage sur le Républicain et Le Parisien en faveur de l'eau du robinet se sont également enchainés durant toute la SERD 2012 sur les radios et la presse locales.

Associations, collectivités du secteur de l'eau et du secteur des déchets, se sont mobilisées afin de relayer les outils en direction des habitants. (22 partenaires au total pour cette première phase.)

Moyens humains

Service prévention (2 agents)

Service communication

Moyens financiers

28 000 euros

Moyens techniques

Formation " bar à eau",

Réunions de travail et d'échange avec les partenaires,

Outils de communication : communiqué de presse, spot radio, publi info Parisien et Républicain, publiereportage type pour les partenaires, campagne d'affiches (4 modèles / 2 formats disponibles), guide de sensibilisation des usagers.

Partenaires mobilisés

Associations, collectivités du secteur de l'eau et du secteur des déchets, entreprises privées

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Oui

Difficultés rencontrées

Complémentarité des outils réalisés et des vecteurs de communication utilisés (radio, presse écrite et presse web)

Thématique qui commence seulement à être développé par les collectivités

Recommandations éventuelles

Mettre en place l'action en s'efforçant de créer des partenariats avec les structures compétentes en matière de distribution et de potabilisation de l'eau du robinet. Prendre des précautions dans la réalisation des outils de communication. Il faut s'attacher à promouvoir l'eau du robinet en restant prudent vis-à-vis de l'eau en bouteille afin de ne pas risquer de contentieux.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | CONSOMMATEURS | ORDURES MENAGERES RESIDUELLES | EMBALLAGE

Dernière actualisation

Juin 2015

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

Contact ADEME

ADEME Ile de France Pole
Economie Circulaire
economiecirculaire.idf@ademe.fr
Direction régionale Ile-de-France