Etat des lieux des pratiques et perception des habitants et des petits producteurs en matière de déchets dangereux

expérience exemplaire

Syndicat Mixte d'Elimination et de Valorisation des Déchets

Auteur :

60 Rue Mirabeau Prolongée
Cs 10 014
62141 vin-Malmaison
Voir le site internet
Zoë Poirier
z.poirier@symevad.org

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Pour préparer l'installation d'une nouvelle usine de traitement nécessitant l'absence de produits dangereux dans les ordures ménagères, le SYMEVAD a souhaité co-construire avec les habitants, petits professionnels et partenaires, une réelle stratégie en matière de prévention qualitative. La tenue de « focus groups » et de tables rondes a permis de dégager 20 pistes d'actions à destination des ménages et des artisans commerçants en impliquant un grand nombre de partenaires.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Objectifs généraux :
- construire des messages de sensibilisation pertinents, permettant articulation entre tri et prévention
- constituer un réseau efficace et pérenne de partenaires institutionnels permettant de faciliter la diffusion de messages préventifs auprès des particuliers, commerçants et artisans
- sensibiliser adéquatement ces publics à l'utilisation de techniques alternatives plus respectueuses de l'environnement
- réduire de 30% la quantité de déchets spéciaux en mélange dans les OMR

Objectifs spécifiques à l'état des lieux
- Connaître les perceptions et les pratiques des ménages et petits professionnels en matière de produits et déchets dangereux et identifier des actions adaptées au contexte et aux acteurs locaux
- consulter les partenaires relais pertinents sur le territoire (au moins 2 dans chaque catégorie identifiée) ;
- recenser les données utiles à l'élaboration de l'état des lieux (l'un pour les petits professionnels, l'autre pour les particuliers) ;
- diagnostiquer les pratiques relatives aux déchets spéciaux des artisans et commerçants pour au moins 3 secteurs d'activité.

Résultats quantitatifs

- 2 « focus group » et 2 tables rondes
- 10 acteurs « experts » interrogés
- 2 fédérations professionnelles, 2 chambres consulaires et 2 associations de consommateurs consultées
- 20 actions identifiées à valider

Résultats qualitatifs

Création et renforcement de partenariats qui permettent également d'ouvrir des pistes et de faciliter la mise en œuvre d'autres actions du PLP
Renforce et dynamise des réseaux déjà existants
Identifie le SYMEVAD comme acteur intervenant sur la thématique (invitation à participer à des réunions d'autres

acteurs comme la CMA)

MISE EN OEUVRE

Planning

- **Fin 2010** : sélection de 8 particuliers et de 8 professionnels représentatifs du territoire, par un bureau de recrutement spécialisé. Organisation et animation de 2 « focus groups » dédiés de 3 h par Espace Environnement.
- **2011 :** rencontre avec une dizaine d'acteurs locaux pour des entretiens individuels préparatifs des tables rondes.
- **Septembre 2011** : organisation de 2 tables rondes sur les actions à mettre en œuvre auprès du grand public et celles à mettre en œuvre auprès des petits professionnels. Les participants sont des partenaires et experts.
- **Fin 2011-début 2012** : sélection des actions et rédaction des 20 pistes d'action
- **Mai 2012 :** validation interne du plan d'action

Moyens humains

- 33 jours d'encadrement du Symevad
- 31 jours de travail des prestataires

Moyens financiers

- 22.000 € (Espace Environnement)
- 1.215 € (bureau de recrutement)

Moyens techniques

Mise à disposition de salles et matériel pour les réunions (les focus groups ont eu lieu dans les locaux du Symevad)

Partenaires mobilisés

Bureau d'étude environnement, Bureau de recrutement
Grand nombre de partenaires impliqués et/ou conviés lors des tables rondes : institutionnels (CR, CG, ADEME…), chambres consulaires et fédérations, associations de consommateurs ou d'environnement, acteurs du logement et de la santé (ARS, DDASS, bailleurs, CHU…), grandes enseignes de bricolage (Leroy Merlin, Brico Dépôt), EPCI adhérentes

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

La reproduction à l'identique nécessite de maîtriser les compétences **d'animation en « focus group »** pour réussir à obtenir des résultats. Le recours à des prestataires (comme le bureau de recrutement) est un atout.

Il est essentiel également de prendre le temps pour identifier tous les partenaires possibles.
Un travail moins abouti en matière d'identification des pratiques et perceptions peut être réalisé en se passant des focus groups, par enquête téléphonique par exemple.

Difficultés rencontrées

Une réelle volonté de diagnostic qualitatif (perceptions, pratiques, leviers…) pour élaborer un plan d'action ambitieux, de long terme et ciblant à la fois les particuliers et les petits professionnels. Le recours à des pratiques de marketing. L'implication d'un très grand nombre de partenaires.

Recommandations éventuelles

Bien identifier en amont, dès le diagnostic de territoire, tous les acteurs et les contextes. Prendre le temps de la réflexion mais chercher la réalisation d'un état des lieux des pratiques et co-construire les actions en impliquant un maximum de partenaires.
S'appuyer sur les activités et les outils de communication des partenaires existants.

Mots clés

Dernière actualisation

Octobre 2012

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions