
La BLIC - outil départemental et partagé de sensibilisation à la prévention des déchets

Département des Côtes d'Armor

11 place du Général de Gaulle

BP 2371

22023 Saint-Brieuc

[Voir le site internet](#)

Célia Sorel

celia.sorel@cotesdarmor.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)

Auteur :



CONTEXTE

Le Conseil général des Côtes d'Armor et ses partenaires regroupés au sein du réseau départemental de prévention des déchets, ont élaboré un kit de communication dédié à la prévention des déchets qui sera utilisé tout au long de l'année par les services du Département et les collectivités partenaires.

Dénommé « BLIC » (Banque Locale d'Initiatives Citoyennes), il prend la forme d'un stand d'accueil, s'inspirant d'un guichet d'un organisme bancaire. Les messages visibles sur le stand ont été volontairement pensés de manière humoristique et décalée afin de capter l'attention du public et soulever des interrogations permettant ainsi aux animateurs présent sur le stand (les conseillers « BLIC ») de capter un large public. Ce kit a été développé en 3 exemplaires, permettant une utilisation simultanée par plusieurs collectivités.

Le lancement de ce nouvel outil a eu lieu lors de la Semaine Européenne de Réduction des Déchets (SERD). A cette occasion, les conseillers « BLIC » ont été accompagnés par une compagnie de théâtre sur tous les territoires impliqués dans le projet. Afin d'annoncer ces temps forts et d'encourager le public à se rendre sur les lieux d'animation, un plan de communication départemental spécifique a été élaboré de manière à promouvoir ces animations. Ce plan de communication avait pour objectif principal de marquer les esprits et permettra d'identifier à long terme la BLIC comme un relais départemental de l'information citoyenne dédié à la prévention des déchets puisque cet outil sera par la suite utilisé régulièrement par les différents animateurs du réseau prévention déchets 22.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif de cet outil est de sensibiliser les costarmoricains à la réduction à la source des déchets, en suscitant le questionnement et en facilitant la prise de contact avec le public.

Résultats quantitatifs

- 1500 personnes sensibilisées lors de la SERD
- 1100 gobelets doseurs distribués permettant d'agir concrètement sur la juste dose d'aliments préparés
- 500 guides du compostage et du jardinage au naturel inventoriant les bons gestes à mettre en œuvre pour bien composter et jardiner de manière naturel ;
- visionnage de 2 vidéos sur la gestion autonome des déchets de jardin et la fabrication d'un meuble à partir de palettes.

très difficile de chiffrer précisément la réduction de déchets induite. Cependant, son objectif affiché de capter l'attention d'un public non sensibilisé a été largement atteint.

Résultats qualitatifs

Le public visé était un public de consommateurs dans un contexte d'achat soit en supermarché soit dans un centre commercial. La plupart du temps, les personnes ont été interpellées par les conseillers BLIC pour connaître leur blic sensibilité. A minima, il a été possible de les interroger sur leur pratique en matière de gaspillage alimentaire et de leur fournir en cas de besoin le BLIC gobelet doseur d'aliments afin de préparer les justes quantités par personnes.

Les 3 espaces dédiés ont été utilisés en fonction des sensibilités et des intérêts du public rencontré. Grâce aux différents outils présents sur le stand (vidéos, frigo, jeux compost, livre d'or, album photo relooking ...), les conseillers BLIC avaient la possibilité d'échanger avec le public sur de nombreuses pratiques quotidiennes qui touchent la majorité des personnes rencontrées.

MISE EN OEUVRE

Planning

novembre 2013 : lancement appel offre

janvier 2014 : choix candidat

février 2014 - novembre 2014 : élaboration de l'outil + plan de communication

Partenaires mobilisés

11 collectivités partenaires

- Saint-Brieuc Agglomération Baie d'Armor
- Lamballe Communauté
- CC Côte de Penthièvre
- Kerval Centre Armor
- Smitred Ouest d'Armor
- CC Kreiz Breizh
- Smictom Centre Ouest
- Dinan Communauté
- Smitom Launay Lantic
- CC Pays de Caulnes
- CC Lanvollon Plouha

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

OUI

Difficultés rencontrées

- la BLIC est le résultat d'un travail intégralement co-construit avec l'ensemble des collectivités impliquées dans le réseau répondant à leurs besoins ;
- la BLIC ne porte aucun signe d'appartenance à un organisme public ce qui a un double avantage : cela permet aux conseillers de la BLIC de se concentrer uniquement sur les messages de prévention mais également le stand et ses outils peuvent être utilisés par toutes les collectivités partenaires indifféremment ;
- l'utilisation d'un mode de communication original et innovant dont le mot « déchet » est volontairement absent ce qui permet à l'animateur d'interpeller le public non plus sur son rapport aux déchets mais plutôt sur sa blic'attitude : « Bonjour, êtes-vous BLIC ? ». L'objectif est d'aller chercher le public non-captif ;

- les messages, visuels et accessoires présents sur le stand suscitent le questionnement « c'est quoi la BLIC ? » : effectivement la BLIC une banque, OUI, mais pas un organisme bancaire même si elle en emprunte volontairement les codes. La BLIC, c'est une banque de données, une banque d'informations, une banque de ressources et une banque d'acteurs.

- l'impact des Men in BLIC à la fois en amont dans la communication « Les Men in Blic débarquent en Côtes d'Armor, venez les rencontrer » mais également leur présence sur place lors des animations qui permet de capter l'attention du public de manière humoristique et conviviale et facilite la prise de contact avec les conseillers.

- la création et l'animation d'une page Facebook et d'un site internet dédiés :

www.lablic.com

www.facebook.com/lablic22

Mots clés

Dernière actualisation

Mars 2015

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

Contact ADEME

Stéphane LECOINTE

stephane.lecointe@ademe.fr

Direction régionale Bretagne