



## Opération "vos vieux vêtements ont encore la côte"

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

### CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

---

#### **Préval Haut-Doubs**

les Petits Planchants

BP 235

<https://www.preval.fr>

VAN PAASSEN

Prisca

Bourgogne-Franche-Comté

[prisca.vanpaassen@ademe.fr](mailto:prisca.vanpaassen@ademe.fr)

Mots-clés: Espace privé ARTISANAT, , MENAGE, RECYCLAGE DES DECHETS, , REEMPLOI, TEXTILE,

### CONTEXTE

---

#### **Description du contexte de l'action:**

CONTEXTE :

Présence encore trop importante de TLC dans les bacs d'ordures ménagères identifiée lors des caractérisations en 2013 : + de 7kg/habitant/an soit 3,5% des tonnages d'OM.

Ces déchets peuvent être évités, détournés des OM. Ils sont à considérer comme des ressources et peuvent être valorisés. Un travail important de communication à ce sujet reste à faire.

Assez peu de commerçants (y compris sur la vente de vêtements) savent quel devenir est possible pour les textiles linges et chaussures, notamment lorsqu'ils sont usés.

DESCRIPTION DE L'ACTION:

Nous avons invité les usagers à déposer un ou plusieurs sacs de TLC dans les commerces participants, durant la SERD.

À partir de 5 articles TLC usagés déposés = 5 € de bon d'achat

Un chalet point de collecte événementiel a été installé au centre ville de Pontarlier.

Parallèlement, nous avons déployé des stands de sensibilisation avec notre équipe de conseillers tri et prévention sur d'autres sites : grandes surfaces, déchèteries, centre-ville.

Préalablement, les commerçants et associations partenaires ont été sensibilisés afin que tous, portent le même message.

## OBJECTIFS ET RÉSULTATS

---

### Objectifs généraux:

#### OBJECTIFS :

- Sensibiliser les usagers au recyclage des TLC, et au réemploi par le don aux associations,
- Se donner les moyens pour que le geste de tri devienne de plus en plus naturel et soit réalisé dans le respect des consignes,
- Mobiliser de nouveaux relais (les commerçants notamment) afin de transmettre plus largement le message, donner une autre résonance au message
- Favoriser le tri des TLC via une opération commerciale avec une récompense financière pour le geste de tri.

#### BENEFICES DE L'ACTION POUR LES COMMERCANTS :

- Véhiculer « une image verte »
- Fidéliser la clientèle par la remise du bon d'achat
- Attirer une nouvelle clientèle en les faisant revenir pour utiliser leur bon d'achat

### Résultats quantitatifs:

- 1500 personnes sensibilisées
- 24 interventions par notre équipe
- 34 commerçants participants
- 831 bons d'achats distribués
- 2500 kg de TLC collectés en 1 semaine

### Résultats qualitatifs :

- Communication efficace, humoristique et accrocheuse. Large public touché.
- Le nombre très encourageant de commerçants participant à l'opération
- Mobilisation réussie d'un nouveau relais
- Retours positifs de la part des élus
- Liens avec les gardiens de déchèterie renforcés

## MISE EN OEUVRE

---

### Planning:

M – 6 : rédaction du projet / état des lieux des emplacements de bornes TLC et des consignes.

M – 4 : rencontre avec les unions des commerçants

Présentation et définition du règlement de l'opération

M – 3 : information sur l'opération auprès des collecteurs de TLC sur le territoire

Réorganisation temporaire des points de collecte, prévenir des gisements de textiles plus importants.

S – 1 : information et formation du personnel des commerces partenaires

Formation des gardiens de déchèterie par la technicienne

### **Année principale de réalisation:**

2012

### **Moyens humains :**

7 personnes mobilisées en interne pour l'animation pendant 1 semaine (+ 1 semaine de préparation et bilan)

+ pilotage de l'opération par une des 7 personnes en amont

+ mobilisation de la technicienne en charge de la valorisation des déchets de déchèterie pour la formation et coordination avec les gardiens de déchèterie

+ 34 commerçants partenaires

### **Moyens financiers :**

#### **DEPENSE € HT : 5 601.74 € HT**

AFFICHES FLYERS "Opération FIBRE DU TRI" 926.00 €

ANNONCE PRESSE 152.00 €

ANNONCES PRESSE 98.80 €

CAMPAGNE PUBLICITAIRE RADIO 1 511.77 €

DEPLIANT TLC 325.00 €

FLYERS FIBRE DU TRI 518.00 €

SUPPORTS POUR FACADES COMMERCANTS PARTENAIRES 603.50 €

SACS POUR TLC 1 316.67 €

VISUEL KAKEMONO 150.00 €

### **Moyens techniques :**

Jumper pour gérer les quantités de TLC déposées

### **Partenaires mobilisés :**

34 commerçants

+ associations du réemploi des TLC (notamment Emmaüs )

## **VALORISATION**

### **Facteurs de réussite :**

Opération reproductible, bien que chronophage.

### **Difficultés rencontrées :**

- Message décuplé car porté par les 34 commerçants partenaires
- Campagne de communication accrocheuse et sur un ton humoristique
- Impact très fort de la campagne (via relai médiatique et grâce à la mise en place du dispositif de bons d'achat)

### **Recommandations éventuelles:**

Nos points d'améliorations:

- Structurer davantage le partenariat avec les commerçants (application d'un règlement homogène sur l'ensemble du territoire, bons d'achat remboursés par l'union des commerçants...)
- Améliorer la logistique : prévoir des grands espaces pour stocker les sacs et trouver une solution pour simplifier la collecte des sacs

Type de programme :  
Programme Local de Prévention

## DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

---

[Découvrir](#)



Dernière actualisation de la fiche : **Février 2019**

Fiche action réalisée sur le site : [www.optigede.ademe.fr](http://www.optigede.ademe.fr)

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.