

Catégorie d'initiative 1 :

Réaliser un guide / annuaire / site Internet dédié au réemploi et la réparation

- Synthèse des initiatives -

Descriptif :

Cette initiative englobe les actions qui visent à donner des conseils pratiques sur le réemploi et la réparation au moyen de différents supports dématérialisés : un annuaire, un guide ou encore un site dédié à la prévention des déchets. Généralement, ces différents outils seront disponibles au départ d'un site Internet existant ou créé à l'occasion de l'élaboration de l'annuaire qui liste, de manière organisée, les réparateurs et les acteurs du réemploi présents sur un territoire donné.

Exemples analysés :

- Site www.produitspouurlavie.org (Amis de la Terre)
- Site www.ecotidiens21.fr (CG 21)
- Site www.reparateurs-aquitaine.fr (CMAR Aquitaine)
- Site www.ecomotives53.fr (CG 53)

Porteur de projet :

- Association**
- Bailleur social
- Conseil général**
- Conseil régional
- EPCI
- Parc Naturel Régional
- Commune
- Autres : CMAR**

Acteurs/partenaires mobilisés :

- Association**
- Bailleur social
- Conseil général**
- Conseil régional
- EPCI**
- Parc Naturel Régional
- Commune

- Autres : Artisans/commerçants**

Publics cibles :

- Administration publique
- Artisans/commerçants
- Associations
- Consommateurs**
- Distribution
- Économie sociale et solidaire
- Élus
- Entreprises
- Établissements scolaires
- Jeune public
- Ménages/Grand public**
- Personnel/employés
- Relais
- Restauration hôtellerie
- Secteur hospitalier

Catégories d'activités :

- Réparation uniquement
- Réemploi et réparation**

Catégories de produits :

- Équipements électriques et électroniques (GEM froid et hors froid, PEM, écrans, audiovisuel, informatique)**
- Produits textiles (vêtements, maroquinerie, linge de maison, chaussures)**
- Mobilier et décoration (mobilier, décoration, luminaires, vaisselle)**
- Livres, cassettes, CD, DVD (livres, revues, BD, CD, DVD, cassettes)**
- Équipements de loisirs (instruments de musique, jeux et jouets, équipements de sports, vélos)**
- Outillage (bricolage, jardinage)**
- Autres (puériculture, paramédical, divers)**

Contexte /éléments précurseurs

- Engagement d'une collectivité dans un plan ou un programme de réduction des déchets dans lequel la thématique du réemploi (ou deuxième vie des objets) figure de manière explicite.
- Plan de communication qui prévoit l'organisation d'un événement médiatique pendant la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets (SERD) avec, pour la même occasion, le lancement d'un annuaire et/ou d'un guide dédié au réemploi et à la réparation.
- Volonté des chambres consulaires de s'engager dans des actions visant à donner davantage de visibilité aux réparateurs et de redynamiser leur activité économique.
- Démarche impulsée par un groupe de bénévoles animés par la volonté de montrer que le réemploi et la réparation sont des alternatives possibles au « tout au jetable ».

Objectifs et résultats

- Mener des actions visant un objectif de réduction des déchets des plans et programmes de prévention.
- Répondre aux besoins de visibilité des artisans réparateurs pour optimiser et développer leur activité.
- De par l'élaboration d'un annuaire, avoir une connaissance des acteurs locaux du réemploi et de la réparation.
- Sensibiliser le grand public, les distributeurs et les collectivités, à la réduction des déchets à la source en axant les messages de prévention autour de trois enjeux :
 - " non au jetable " : réduire la consommation du jetable
 - " oui au durable " : privilégier la qualité, la solidité des produits
 - " allonger la vie des produits " : retarder la fin de vie des produits en les réparant ou en leur donnant une seconde vie.
- S'inscrire dans une démarche de dématérialisation, en phase avec la démarche écoexemplaire du porteur de projet.

Mise en œuvre et moyens

Déroulement / étapes de l'action :

- Etat des lieux : identification des acteurs du réemploi et de la réparation
 - o Collaboration avec les chambres consulaires en vue de l'obtention des listes de réparateurs
 - o Collaboration avec les collectivités locales afin d'identifier les acteurs du réemploi présents sur leur territoire
 - o Enquête (par la poste et/ou par téléphone) auprès des acteurs du réemploi et de la réparation afin de connaître leurs attentes et valider leur présence dans l'annuaire
- Compilation des données
 - o Formatage des adresses selon un canevas-type
 - o Vérification des adresses (via les pages jaunes, appels téléphoniques, visites en direct afin de qualifier les informations relatives aux structures identifiées)
- Elaboration de l'annuaire et, selon les cas, création d'un site Internet et d'un guide du réemploi
- Création d'autres supports de communication sur le thème de la réparation et du réemploi (ex : guide du réemploi, affiches, visuel permettant d'identifier les acteurs figurant dans l'annuaire)
- Mise en ligne de l'annuaire et des autres supports
- Communication sur les différents supports de communication : site Internet, annuaire et guide du réemploi

- Activation d'un dispositif de suivi (actualisation, évaluation)
- Dissémination et mutualisation des outils développés par le porteur de projet.

Moyens humains :

Le temps consacré au développement de supports dématérialisés est très variable selon :

- le degré de précision que le porteur de projet souhaite atteindre dans le référencement des structures présentes dans l'annuaire. Les visites de terrain peuvent être très chronophages, surtout lorsque le territoire à couvrir est très étendu et dense ;
- le périmètre de l'annuaire (département, région, territoire national) ;
- le nombre et la complexité des outils développés (annuaire uniquement ou site à créer).

Sur base des exemples cités ci-après, ce temps de travail varie de 1 mois à 2 mois en ETP, sur une année complète. Le site développé par les Amis de la Terre a été créé en 3 ans par une équipe de 3 bénévoles.

Exemples :

CMAR Aquitaine : Annuaire Répar'Acteurs d'Aquitaine

- Temps de travail effectif en 2011 : **53 jours** consacrés à la création de l'annuaire des réparateurs

CG 53 : site www.ecomotives53.fr

Temps dédié à ce programme d'actions incluant :

- l'envoi du courrier et la récolte des données
- la validation, au cas par cas, des adresses des entreprises
- la conception des supports de communication (flyer, kakémonos)

Soit : 1 ETP pendant **1 mois**

CG 21 : site www.ecotidiens21.fr

Année 1 (2012) : 340 heures de travail consacrées à la réalisation de l'annuaire.

Année 2 (2013) : 70h pour la mise à jour de l'annuaire (structures le concernant uniquement).

Amis de la Terre : site www.produitspouurlavie.org

- Un groupe de 3 bénévoles a développé l'outil pendant 3 ans.
- 3 personnes consacrent 1 à 2 heures de leur temps, chaque semaine, pour compléter l'annuaire et distribuer les autocollants pose-vitrines.

Moyens financiers :

Le développement de l'annuaire est généralement confié à un prestataire. Le budget peut varier de 1 400 € à 23 450 €, dans le cas d'un annuaire régional. A ce budget s'ajoute également celui de la conception du site qui peut avoisiner les 30 000 €.

Exemples : budget alloué à la création d'un annuaire

CMAR Aquitaine : Annuaire Répar'Acteurs d'Aquitaine

- Budget pour la création de l'annuaire et de son intégration dans www.dechets-gironde.fr : 2 334,59 €

CG 53 : site www.ecomotives53.fr

- Budget pour la mise en ligne de l'annuaire : 1 400 €

CG 21 : site www.ecotidiens21.fr

- Budget pour la réalisation de l'annuaire régional et la saisie des données : 23 450 €

Amis de la Terre : site www.produitspurlavie.org

- Budget pour le développement et le design de l'annuaire : 4 100 €

Moyens techniques :

- Comité de pilotage réunissant les conseils généraux, les chambres consulaires, l'ADEME, etc.
- Fiche de référencement des structures du réemploi et de la réparation en vue de l'élaboration d'un fichier de données.
- Questionnaire et courrier en vue du recueil des données auprès des acteurs du réemploi et de la réparation – relances téléphoniques – visites de terrain.
- Logiciel de traitement des données.
- Supports de communication sur le réemploi et la réparation (kakémonos, affiches, dépliants / flyers, guide du réemploi).
- Autocollants pose-vitrines pour les structures répertoriées dans l'annuaire.
- Outil statistique permettant de mesurer différents indicateurs tels que le nombre de visiteurs sur le site, le temps moyen passé par page, etc.
- Campagne média pour annoncer le lancement de l'annuaire et / ou du site Internet.

Valorisation de cette expérience :

Facteurs de succès :

- Projet mobilisateur et motivation des parties prenantes à participer à un projet commun (avec un objectif commun).
- Opportunité, pour les artisans commerçants, de bénéficier d'une publicité gratuite et de qualité et par conséquent, de jouir d'une plus grande visibilité.
- Partenariat étroit avec les chambres consulaires afin de construire un annuaire opérationnel.
- Fichier opérationnel grâce à des contacts personnalisés avec les structures référencées et un dispositif de mise à jour conçu dès le lancement du projet.
- Visibilité de l'annuaire et du site assurée par l'ensemble des relais du territoire : les collectivités territoriales engagées dans un programme local de prévention (PLP), les Conseils généraux, les associations locales, etc.
- Mise en ligne de l'annuaire au départ d'un site qui propose des conseils pratiques, faciles à mettre en œuvre pour donner une seconde vie aux objets, ou plus largement sur la consommation ou la prévention des déchets.
- Possibilité de mutualiser l'annuaire sur d'autres territoires (ex. : annuaire régional décliné par département et par collectivités locales).
- Communication sur l'annuaire et les outils associés via les partenaires et les médias locaux (radio, TV, presse).

Facteurs limitants et solutions proposées par les acteurs interrogés :

- Difficulté de financer une ou plusieurs campagnes de communication sur un annuaire, un guide ou un site Internet dédié au réemploi et à la réparation, intégrant des médias tels que la TV, la radio, l'acquisition d'espaces publicitaires dans la presse gratuite, etc.

→ Solutions :

- Démultiplier les relais locaux afin de communiquer en continu sur les différents supports.
- Donner une portée plus large à l'action (cf. : campagne « Répar'Acteurs » de la CMAR Aquitaine).

- Faible fréquentation du site et de l'annuaire en dehors des campagnes de communication soutenues (ex. : Semaine Européenne de la Réduction des Déchets - SERD).
 - ➔ Solutions :
 - Communiquer sur le site et organiser des événements permettant de faire connaître cette initiative (ex. : animations durant la Semaine du Développement durable, le mois de l'Economie Sociale et Solidaire, etc.).
 - Travailler avec des partenaires locaux afin de poursuivre le travail de sensibilisation et d'information.

- Difficulté, pour certains acteurs, d'engager des moyens humains et financiers importants dans ce type de projet et ce, de manière récurrente.
 - ➔ Solution :
 - Dans la mesure du possible, travailler dans le cadre de partenariat (ex. : convention de partenariat entre les collectivités territoriales et les chambres consulaires).

- Nécessité de mettre à jour l'annuaire car risque d'obsolescence des adresses après plusieurs mois.
 - ➔ Solution :
 - Prévoir un onglet permettant une actualisation des adresses recensées dans l'annuaire ou en signaler de nouvelles.

Valeur ajoutée d'une approche « multi-produits » :

- L'annuaire du réemploi et de la réparation est « multi-produits » par définition. Il est conçu pour intégrer tous les types acteurs, quelle que soit leur activité. Il permet d'effectuer des recherches de structures selon leur activité.

Valeur ajoutée d'une approche territorialisée :

- Le développement d'un annuaire à l'échelle départementale permet d'atteindre un degré de précision intéressant et une géolocalisation des adresses.
- Un déploiement à l'échelle régionale permet à l'utilisateur d'obtenir davantage d'adresses en réponse à ses requêtes. Pour une structure présente dans l'annuaire, elle augmente ses chances d'être vue et de se faire connaître.
- Qu'il soit conçu au niveau du département ou de la région, l'annuaire offre un potentiel de mutualisation à l'échelle de collectivités locales qui peuvent, soit le mettre en ligne tel quel à la disposition des habitants (via leur site Internet), soit en faire une extraction géographique ciblée sur leur territoire.

Indicateurs d'évaluation :

- Nombre de structures du réemploi et de la réparation présentes dans l'annuaire

Exemples :

Annuaire du CG 53 : 302 structures

Annuaire de la réparation CMAR Aquitaine : 1585 artisans

Annuaire de la Seconde Vie des produits des Amis de la Terre : + de 1.000 références

- Nombre de visites sur le site
- Nombre de fois que l'annuaire a été consulté (par jour / mois / an)
- Nombre de téléchargements des supports de communication (guide du réemploi, affiches, etc.)

- Temps moyen passé sur le site / l'annuaire
- Nombre de régions / départements couverts par l'annuaire

Reproductibilité / Recommandations éventuelles:

Reproductibilité :

- La réalisation d'un annuaire et ses différents supports est tout à fait reproductible mais elle nécessite un investissement en temps considérable.
- La question du périmètre couvert par l'annuaire est cruciale : plus grand sera le territoire couvert, plus l'utilisateur aura de chances de trouver une réponse à sa requête. Mais jusqu'où l'internaute est-il prêt à se déplacer ?
- Les exemples analysés tendent à montrer que la conception d'un annuaire avec une dimension départementale ou régionale est la plus reproductible.

Recommandations :

Sur le degré de précision de l'annuaire, deux tendances prévalent :

- Procéder « par défaut », c'est-à-dire exploiter un fichier d'adresses sans vérification au cas par cas. Ce procédé est nettement moins chronophage et n'empêche nullement l'entreprise de se désinscrire sur base volontaire. En revanche, elle ne permet pas de rentrer dans le détail des informations disponibles (ex : heures d'ouverture).
- Accompagner la réalisation d'un annuaire de visites en direct afin d'affiner les coordonnées des structures référencées et expliquer la démarche (messages de prévention). Cette démarche nécessite des moyens humains plus conséquents.

Dans tous les cas, il est recommandé de :

- Penser à la mise à jour dès la construction de l'annuaire.
- Privilégier un double portage du projet (CG et CMA-CCI) afin d'obtenir plus facilement l'engagement des professionnels.
- S'appuyer sur l'expertise des chambres consulaires pour réaliser des audits et apporter une valeur ajoutée aux réparateurs. Cette démarche permet également de compléter les informations disponibles dans l'annuaire.
- Accompagner la mise en ligne d'un annuaire par une communication sur les gestes de prévention.
- Faire connaître le site via les structures répertoriées dans l'annuaire, les collectivités territoriales et les chambres consulaires qui disposent de leurs propres supports de communication.
- Créer l'événement lors du lancement du site Internet et/ou de l'annuaire et organiser une conférence de presse à destination des médias locaux.
- Accompagner le référencement dans l'annuaire d'un visuel permettant d'identifier les structures du réemploi et de la réparation (ex : autocollant marque-vitrine).