

OBSERVATOIRE PARTICIPATIF DE L'ENVIRONNEMENT

Compte rendu de la réunion du 1er décembre 2005

ORDRE DU JOUR

- Prévention des déchets.

Accueil

Monsieur PIRIOU remercie les participants et rappelle les engagements du Conseil général dans le cadre de l'élaboration de l'Agenda 21. Il s'est engagé à réunir l'Observatoire Participatif de l'Environnement quand de nouvelles mesures sont prises dans le domaine de l'environnement.

L'objet de cette réunion est la présentation de la campagne sur la prévention des déchets par l'agence « Acte là ». Cette campagne s'inscrit dans le Plan d'élimination des déchets ménagers et assimilés de l'Essonne et notamment son objectif de diminution de la production de déchets.

Dans un deuxième temps, un bilan des actions du Conseil général en 2005 a été présenté.

Présentation de la campagne du plan de communication

Cette campagne s'inscrit dans la politique déchets du Conseil général et dans l'Agenda 21 départemental.

Il y a peu d'exemples de collectivités locales ayant mis en place des opérations de réduction des déchets (Deux-Sèvres, Lille Métropole). Le Ministère de l'écologie vient de lancer une campagne nationale (via l'ADEME). Elles portent sur le comportement des consommateurs.

L'originalité de la campagne de prévention de l'Essonne vient de la volonté de toucher tous les acteurs (consommateur, citoyen, écoles, élus) et d'être très globale.

1- Les quatre leviers de la campagne

1. La puissance publique

Affirmer la volonté départementale, dégager des moyens et montrer la capacité à mobiliser et à fédérer des initiatives.

2. L'information

Elle concerne en particulier les enjeux et les objectifs.

3. La responsabilisation des citoyens

Mettre l'essonnien au cœur de la politique et montrer que par la modification de son comportement, il peut influencer la distribution et les producteurs.

4. La diversité des acteurs

« Nous sommes tous concernés » : la campagne de communication touchera tous les publics (élus, population, agents et acteurs départementaux, acteurs économiques, écoles, associations).

2- Le concept et le label

Le positionnement citoyen de la campagne (information et responsabilisation)

Le label : No déchet est couplé au slogan « l'Essonne s'engage contre les déchets ». (une seule identité visuelle et graphique)

3- Les outils de communication

La campagne démarre avec une première affiche et des annonces presse qui permettent d'identifier le visuel générique (« no déchets »). Elle insiste sur la responsabilité du Département en terme de santé publique et d'environnement.

Puis trois autres affiches thématiques :

- « réduire nos déchets c'est préserver ses ressources »
- « pour emballer par besoin d'en faire des tonnes »
- « l'écologique c'est plus économique »

D'autres outils apparaîtront au fur et à mesure de l'avancement de la campagne :

- Des cartes postales (visuels des affiches + conseils pratiques),
- Un guide de la prévention des déchets,
- Une exposition itinérante (animée),
- Un écotest (questionnaire ludique),
- Une lettre d'information pour le réseau de partenaires (3 numéros par an).

Il est également prévu de mettre en place une communication interne à destination du personnel du Département.

4/ Les actions de sensibilisation

Il est prévu la création d'un réseau de partenaires publics, associatifs et commerciaux afin d'animer la campagne.

5/ Le plan de communication

La campagne sera lancée le 19 décembre avec les affiches et des articles dans le Parisien et le Journal de l'Essonne (dossier central du numéro de janvier).

La montée en puissance se fera autour du lancement de l'opération Essonne verte – Essonne propre. (cartes postales, guide, exposition, 1^{ère} lettre d'information) en mars 2006.

Pour le dernier trimestre 2006, 3 temps forts : la rentrée scolaire (création d'un support pour collégiens) et la parution de deux lettres d'information (septembre 2006 et décembre 2006).

Mr PIRIOU précise qu'il s'agisse du guide ou des autres outils, des partenariats peuvent s'engager. Il rappelle que la campagne s'étalera sur 3 ans et qu'elle n'est pas figée. Les remarques des partenaires pourront être prises en compte et participer à l'amélioration de l'opération et des outils. La volonté du Conseil général est de réduire le tonnage des déchets en Essonne.

Questions et remarques de la salle

La campagne du Conseil général est louable, mais je regrette qu'elle ne s'adresse pas aux industries qui produisent. Ex : emballages, électroménagers (encre, polystyrène) peu recyclables.

La 1^{ère} action à mener doit viser les industries.

Nota : cette remarque est partagée par la salle

Je rappelle qu'il y a 4 ans ENE avait produit un livret « moins de déchets c'est un plus » qui devrait être plus diffusé.

Il serait intéressant de mesurer les effets de la campagne (indicateurs : tonnage et volume des déchets au niveau des syndicats).

Le contenu du livret est-il planifié ou est-il à élaborer ?

A-t-on prévu de faire des liens avec les sites Internet des communes ?

Il serait intéressant d'avoir une cellule d'écoute des citoyens pour faire remonter des propositions ou des informations puis réajuster la campagne.

La rédaction « No déchets » risque en tant que publication administrative d'être attaquée par la Commission, il faudrait écrire « NON déchets ».

Cette campagne est trop « soft » (molle). Les voisins européens ont des campagnes plus « hard » (dures). Les Allemands apposent les consignes directement sur les bouteilles.

Il est important d'avoir des actions en parallèle. Il faudrait rappeler les gestes quotidiens (tri quotidien).

Il faudrait que les industriels soient partenaires de la campagne
Il manque les aspects proposés nationalement par le MEDD sur les courriers non adressés et les sacs de caisse.
Il est nécessaire de fédérer les actions locales.

Bravo sur la démarche.
Sur la notion « l'environnement pour soi », les gens ont du mal à comprendre ce qu'il y a derrière.
Outil de communication en recyclé ?
Communication avec les hypermarchés, il y a du partenariat à chercher.
Le logo ressemble à une usine.
Il ne faut pas de magnets, ni de badges.
Les opérations déballages sont trop discrètes, le Conseil général pourrait-il proposer un affichage voire lancer lui-même une opération ?
Pour l'éducation, comme la campagne est sur 3 ans, il faudrait commencer par l'université, puis les lycées, puis les collèges afin de toucher tout le monde.
Pour les entreprises, il faut aller les voir et leur proposer des alternatives (cf. : Agenda 21 Ecopépinnières).

Ce n'est pas une bonne campagne. Il n'y a aucun chiffre. Elle est axée sur le papier. Il faudrait penser à la télé.
Pourquoi ne pas suivre une famille par canton à un temps t et puis 6 mois après, en suivant l'évolution de leurs habitudes de consommation.

Cette campagne ne doit pas se cantonner qu'à l'Essonne, il faut sensibiliser les conseillers régionaux.

Pourquoi pas un film « j'ai décidé de faire maigrir ma poubelle ».

L'industrie mène un débat profond sur cette question. Des efforts et des exemples existent, y compris sur la communication. Il existe une taxation sur les emballages.

Peut-on avoir un état des consommations en emballages ?
Il faut rappeler des objectifs nationaux et départementaux, évaluer les actions et relier très vite la campagne à des actions.
Il ne faut pas opposer les démarches sur la prévention mais plutôt agir sur l'offre et la demande (réutilisation des emballages...). La demande concerne aussi les collectivités.

Il faut rencontrer les entreprises essonniennes et proposer de nouvelles solutions d'emballages mieux adaptées.

Il faut bannir les blisters et remplacer les sacs plastiques par des sacs en papier.

Il y a un problème de mise en place d'outil économique (redevance au poids) malgré son caractère obligatoire.

Réponses de Monsieur PIRIOU

La campagne de communication : Mr PIRIOU rappelle la volonté du Conseil général d'améliorer la campagne par la collaboration. Les remarques de la salle vont permettre un enrichissement de cette campagne. Néanmoins, certaines choses ne seront pas changées (ex : « No déchets »), car il s'agit d'un positionnement politique.

Il pense qu'on ne change rien si les citoyens ne le souhaitent pas.

Mme MOUTET LAMY ajoute que la campagne est amendable. Elle rappelle que le budget de la campagne est de 200 000 €/3 ans. Elle se déclinera par des supports qui ont été imaginés et d'autres qui n'ont pas encore été imaginés.

Réduction à la source : les entreprises ne sont pas responsables de tout, elles s'impliquent également, d'ailleurs la Chambre de commerce et de l'industrie est présente. Cette campagne aidera pour aller à la rencontre des industries et des distributeurs. Monsieur PIRIOU a déjà prévu de faire le tour des dirigeants des distributeurs du Département. Le fait de lancer la campagne et d'avoir des

outils permet d'être plus fort face à eux et de montrer que le Conseil général « se mouille » (par exemple, en lançant une opération de déballage).

Remarque : les « marques » ne rendent pas intelligent. Si l'intelligence ce n'est pas d'avoir, c'est d'être. La campagne met l'essonnien au cœur et propose un changement de comportement tout en n'étant pas culpabilisante.

Chiffres : il y en aura dans le journal de l'Essonne de janvier (dossier du mois)

Les chiffres de la campagne nationale de l'ADEME 1kg/jour/hab.

20% recyclés et 80% déchets résiduels

Objectifs : 250 kg en 2010 puis 200 kg en 2015.

En Essonne : 400 kg/hab./an, 600 000 T/an de déchets dont les déchets occasionnels (déchèteries, déchets verts).

Ces chiffres figureront dans le guide.

Un travail sera fait plus en amont avec les syndicats de déchets pour mieux mesurer, mieux évaluer et mieux communiquer.

Diffusion : le Conseil général fera connaître la campagne plus largement.

Tous les outils seront téléchargeables sur Internet et utilisables par les communes et les associations.

Les documents papier seront réalisés avec du papier recyclé et les envois limités aux envois nécessaires.

Télévision : cette proposition pose un problème de coût (exorbitant pour les chaînes nationales), une réflexion est possible pour télésonne et les chaînes locales.

Guide : le contenu n'est pas encore ficelé par le groupe de travail. Il est prévu pour le 18 mars (date de lancement de l'opération EV-EP). Les participants ont quelques semaines pour apporter des éléments à y intégrer.

Actions : elles doivent être mises en place en parallèle de la communication. Le Conseil général est prêt à prendre toutes les idées.

Dans une première étape, le Conseil général essaiera de fédérer communes et syndicats.

Les journées « No déchets » pour lesquelles il faut trouver les lieux et les partenaires.

Il a été évoqué la possibilité d'organiser un concours et d'avoir une lettre d'information des relais.

Collégiens : la prévention des déchets est au programme de 4^{ème}. La Direction de la communication a déjà travaillé avec l'inspection académique (livret développement durable).

Enjeux : il faut qu'on puisse mettre en avant le rapport entre l'utilisation des bouteilles de plastiques et l'effet de serre ou la santé publique.

Evaluation : nous sommes tous d'accord sur la nécessité de disposer d'indicateurs mais sur des produits précis.

Objets promotionnels : le marché est en préparation, il comportera des clauses équitables et de développement durable.

Liens avec les sites Internet des communes : le développement d'un vrai partenariat est nécessaire.

Bilan des actions 2005 du Conseil général

Groupe de travail du Plan : réunions régulières des différents acteurs

Villages sans gaspillage : 3 opérations en 2005

Compostage : création d'une boîte à outils en partenariat (ADEME/Conseil général/SIREDOM)

Déchets dangereux : poursuite de la politique de collecte des déchets dangereux des ménages en points fixes, actions des collectivités (65 points d'apport en Essonne)

Subventions : 2 études pour la redevance spéciale (Communauté de communes les Portes de l'Essonne et SIVOM de l'Yerres et des Sénarts), compostage individuel (SICTOM du Hurepoix), déchèteries (investissement et fonctionnement)

Perspectives : plan de communication, subvention compostage, effet de la table ronde textiles, éducation, reproduction de l'opération du SIVOM de l'Yerres et des Sénarts contre les sacs plastiques.

PARTICIPANTS

Etaient présents

LOUIS BATAILLARD-
GUY MALHERBE-
SYLVIE CABANIS-ABADE
JACQUES NORET-ABADE
Isabelle DESCOS-ADEME
JEAN-FRANCOIS POITVIN-ADEMO
EDITH LE GOURRIE + 3personnes-Agence ACTE LA
MICHEL BRAS-AGENDA 21
JACKIE JEAN-APE 91
J-C CIRET-APEPA WISSOUS
MICHELE LOCHER-ASEVI
JEAN CLAUDE DOUILLARD-ASSO QUALITE DE VIE
JEAN FRANCOIS MISTOU-CCI ESSONNE
DIDIER BOURNISIEN-CEA SACLAY
EMELYNE BIGOT-CG 91
JEAN MICHEL FERRY-CG 91
BRUNO PIRIOU-CG 91
HENRIQUE PINTO-CG 91
EMMANUELLE VILARASAU-CG 91 DAD
MURIEL NATTERO-CG 91 DE NV
MARIE CLAUDE BONIN RABELLE-CG 91 DENV
NATHALIE LEFFRAY-CG 91 DENV
CECILE CORDINA-CG 91 DENV
AGNES MOUTET LAMY-CG 91 DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION
CLAUDE DELARUE-CHEVANNES
DOMINIQUE ECHAROUX-CONSEILLER GENERAL
YANN MICOUD-DDE 91
EMMANUEL BROZ-DEDICCAS
BERNARD MOUSTRAIRE-DES VETEMENTS POUR DES EMPLOIS
POITVIN FRANCOISE-EAUX ET FONTAINES
ETIENNE LAMBERT-ELAN SAVIGNY ENVIRONNEMENT
DANIEL JOUANNESE-ENE
CLAUDE CAYSSIALS-ENE
A. CHARDER-FILMS DU LOTUS
BRUNO GALLAMATI-IES 91
SIMONE COSMAS-MAIRIE DE BALLANCOURT
DANIEL TENIBAT-MAIRIE DE BOUTIGNY
CLAUDE JAILLET-MAIRIE DE LARDY
CLAUDE BOISRIVEAU-MAIRIE DE LISSES
COLETTE LE SERGENT-MAIRIE DE MARCOUSSIS
LOIC GUYOMARD-MAIRIE DE MARCOUSSIS
GERARD BRAT-MAIRIE DE MONTGERON
CHRISTIAN RA..-MAIRIE ETRECHY
FRANCK TEBOUL-MAIRIE EVRY
PATRICK BERNAUD-MAIRIE LEUVILLE/ORGE ADJOINT AU MAIRE
BRIGITTE BOUVIER-MAIRIE SAULX-LES-CHARTREUX – CAUE 91
CLAIRE BRANGER-OPE 91
JEAN MARIE DEFAUX-OPE 94
CLAUDE VIEZZOUI-OPE AGENDA 21
PIERRE MASSELIN-OPE AGENDA 21
SYLVAIN TRONQUET-PNR GATINAIS FRANCAIS
CLAUDE CARSAC-QUALITE DE LA VIE
COLETTE LECUYER-QUALITE DE VIE
OLIVIER DELECLUSE-SIARV

ALI BEHADJ-SIEPS / M. LAUREAU
DANIEL NOLLEAU-SIROM
RENE CHEVRIER-SIROM
CLAUDE JEANLIN-SOS BRUIT ET PROTECTION ENVIRONNEMENTAL
LAURENT HEBRARD -VAUGRINEUSE NATURE ENVIRONNEMENT

Etaient excusés

M. Hubert LAMY
M. et Mme THEVENOT
Groupe politique URPE
M. GAVENS- Fédération interdépartementale des chasseurs
M. PAIN- Société française d'orchidophilie
M. ROSS- Vice-présidente chargée des sports
Mme Maud OLIVIER- Vice-Président chargé des équipements publics et voirie départementale
M. Patrice SAC- Vice-Président chargé de la culture et du tourisme
MME SCHU-TZENBERGER-DASS YVELINES
M. MANDON- Vice-Président chargé des dossiers stratégiques, du développement économique et relation avec les communes
M. LASBORDE-
M. MESSINA- Vice-Président chargé de l'enseignement supérieur, recherche, accès au savoir, jeunesse, prévention spécialisée
MME LEROUX- Maire de Richarville
M. MALHERBE- Maire d'Épinay-sur-Orge
M. ENGLANDER- Conseil général
MME POUTIER-LOMBARD- Conseil général
M. RUDANT-DGSNR
MME CAMPION- Conseil général
M. CHAVERNOZ-
M. JAILLET- Commune de Lardy, DGS
M. LACHENET- Association Essonne Nature Environnement
MME CUENIN- Agence des espaces verts
M. HERALUT- Conseil général
Maire de Montgeron
MME MORIN- Conseillère municipale d'Evry
M. PERCHERON- Commune de Richarville
MME VACHON- Communauté de communes Grand Parc Versailles