

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>2</b>
<b>PRESENTATION DES OPERATIONS.....</b>	<b>3</b>
L'OPERATION « REDUCTION DES SACS PLASTIQUES » .....	3
L'OPERATION « STOP PUB » .....	3
ACTIONS MENEES .....	3
<b>SYNTHESES BIBLIOGRAPHIQUES.....</b>	<b>4</b>
<b>SONDAGES .....</b>	<b>6</b>
REALISATION DES QUESTIONNAIRES.....	6
REALISATION DES SONDAGES .....	8
EXPLOITATION DES DONNEES .....	9
<i>Opération « Réduction des sacs plastiques »</i> .....	9
<i>Opération « Stop Pub »</i> .....	10
<b>SENSIBILISATION.....</b>	<b>12</b>
PLAQUETTES DE SENSIBILISATION DESTINEES AUX CONSOMMATEURS .....	12
SENSIBILISATION DES MAIRES (STOP PUB) .....	12
REALISATION D'UNE EXPOSITION.....	13
INTERVENTION .....	14
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>15</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>16</b>

## Introduction

C'est dans un contexte faisant suite aux Assises Nationales de la Baule, où l'explosion du coût du traitement des déchets a été mise en relief, que la Ministre de l'Ecologie et du Développement Durable a lancé un Plan d'Actions National. Dans sa communication du 3 juin 2003, Mme Roselyne BACHELOT a annoncé que la prévention des déchets était pour son ministère une grande priorité. Suite à ce communiqué, le réseau France Nature Environnement (FNE) a souhaité lancer une campagne nationale sur la prévention des déchets.

France Nature Environnement est une fédération nationale regroupant plusieurs associations de protection de la nature et de l'environnement. Un des objectifs de ce réseau est de privilégier une approche intégrée de la gestion de l'ensemble de nos déchets. La position de FNE est simple : la gestion globale des déchets passe tout d'abord par la prévention, le recyclage, la valorisation matière et le traitement.

La campagne «Prévention des déchets » est une opération nationale menée par l'ensemble du réseau associatif de FNE. Son objectif est de faire réfléchir la société civile, les élus, le monde économique sur nos modes de vie et de consommation afin de faire prendre conscience que nous sommes tous des acteurs de cette nécessaire prévention des déchets.

Cette campagne est coordonnée par FNE qui fournit aux associations fédérées le désirant des moyens techniques leur permettant de décliner à leur niveau les opérations. FNE communiquera sur cette opération au niveau national pour valoriser les actions réalisées au niveau local.

La campagne se compose de plusieurs types d'actions :

- sensibilisation de la population sur la prévention des déchets ;
- opérations spécifiques (Stop Pub, Réduction des sacs plastiques...) ;
- mise en place d'une base de données sur la prévention.

Dans le cadre de cette campagne, nous avons été sollicités par MIRABEL-LNE (Mouvement Inter Associatif pour les Besoins de l'Environnement en Lorraine – Fédération Lorraine des associations de Protection de la Nature et de l'Environnement), pour mener les opérations « Réduction des sacs plastiques » et « Stop Pub » au niveau de l'agglomération nancéenne.

## Présentation des opérations

### L'opération « Réduction des sacs plastiques »

En France, 17 milliards de sacs sont distribués chaque année. Sur l'ensemble, 60% ne sont ni recyclés, ni incinérés. Plus de 90% de ces sacs sont distribués par les grandes et moyennes surfaces.

Cette opération va permettre de sensibiliser la population sur l'impact des sacs plastiques et la nécessité de réduire leur utilisation jusqu'à leur disparition des systèmes actuels de distribution. Pour cela, des alternatives durables sont proposées en remplacement des sacs plastiques gratuits.

### L'opération « Stop Pub »

Le dispositif proposé est simple : il s'agit pour les particuliers qui le souhaitent d'apposer un autocollant sur leur boîte aux lettres indiquant leur refus de recevoir des courriers non adressés (COUNA).

Si seulement 5% de la population française choisissait de mettre un tel autocollant et que celui-ci était respecté, cela pourrait représenter plus de 40 000 tonnes de déchets en moins par an.

Pour être efficace, il faut que l'autocollant soit respecté : l'opération devra se traduire avec la signature d'une charte déontologique par les professionnels de la distribution en collaboration avec les associations de protection de l'environnement et de consommateurs.

## Actions menées

Les deux opérations ont été traitées en parallèle selon la même méthodologie.

Dans un premier temps nous avons réalisé une synthèse bibliographique.

Ensuite, nous avons effectué des sondages afin de connaître le niveau de sensibilisation du public par rapport à ces deux opérations et de répondre à des questions plus spécifiques sur les deux sujets abordés.

Enfin, des actions de sensibilisation ont été menées, d'une part à travers la distribution de plaquettes d'information durant les sondages et d'autre part à travers un projet d'exposition, par la réalisation de panneaux de sensibilisation.

## Synthèses Bibliographiques

Les mois de novembre et décembre ont été consacrés à la réalisation de synthèses bibliographiques sur les deux problématiques, sacs plastiques et COUNA.

Ce travail répond tout d'abord à une demande conjointe de FNE et de MIRABEL-LNE, qui désiraient avoir à leur disposition un document synthétique, regroupant toutes les données existantes sur les deux problématiques.

Ces synthèses ont ensuite servi de base à notre travail de sondage et de sensibilisation.

Elles sont structurées selon le même plan :

- état des lieux ;
- problématiques, impacts sur l'environnement ;
- propositions de changement, alternatives.

La majorité des documents utilisés nous ont été fournis par FNE et MIRABEL-LNE :

- lettres d'informations de FNE, Actu Déchets ;
- déclarations du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable (MEDD) ;
- textes législatifs...

Le reste des documents est issu de nos recherches personnelles, essentiellement grâce à Internet.

MIRABEL-LNE nous a aussi transmis les coordonnées de personnes (*Annexe 10*) pouvant nous permettre d'obtenir un complément d'information sur les sujets.

Par exemple, nous avons contacté Mme Catherine ROLIN, Responsable Stop Pub à la FRAPNA (Fédération Rhône-Alpes de Protection de la Nature) Drôme, qui nous a fourni des informations sur les impacts des COUNA en terme de coûts économique et environnemental.

En ce qui concerne la synthèse bibliographique sur les sacs plastiques, nous avons contacté Mme Nathalie VILLERMET, Chargée de mission - Réseau Déchets à FNE, qui nous a informé des alternatives aux sacs plastiques déjà proposées dans des grandes enseignes.

Nos synthèses bibliographiques ont finalement été révisées par FNE, intégrées aux rapports destinés à MIRABEL-LNE (*fournis en documents joints*) et mises en ligne sur le site Internet de MIRABEL-LNE ([www.mirabel-lne.fr.st](http://www.mirabel-lne.fr.st)).

Les 10 et 11 février 2004, le MEDD et l'ADEME ont organisé les premières rencontres nationales sur la prévention de la production des déchets, à la Maison de la Chimie (Paris 7).



A cette occasion le MEDD a présenté le Plan d'Actions National pour la Prévention de la Production des Déchets.

Ces premières rencontres ont eu pour objectif d'initier une forte dynamique de prévention par la confrontation d'expériences et de points de vue.

L'ADEME a été sollicitée par le MEDD pour organiser ces rencontres afin :

- de présenter les actions déjà réalisées en France et en Europe par des industriels, des distributeurs, des collectivités locales ainsi que les résultats obtenus ;
- de permettre aux différents acteurs d'échanger leurs opinions sur les actions les plus efficaces à promouvoir ;
- de proposer une stratégie d'action à mettre en œuvre pour une prévention durable de la production des déchets.

Etaient présents à ces 2 journées :

- entreprises de tous secteurs d'activités, professionnels des déchets ;
  - collectivités locales et territoriales, administrations ;
  - associations de consommateurs et de protection de la nature et de l'environnement ;
- ... soit environ 600 personnes.

Parmi les différentes conférences proposées, deux sont relatives à notre travail :

« *Quels résultats peut-on attendre de la limitation volontaire des sacs de caisse ?* »

avec les interventions de :

- Pierre FRISH, Directeur environnement de AUCHAN et Président du comité environnement et développement durable de la Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution
- Françoise GERARDI, Syndicat des Films Plastiques
- Francis CHALOT, France Nature Environnement
- Dorothée QUICKERT-MENZEL, Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie

---

**« Le stop pub : un moyen efficace de prévention ? »**

avec les interventions de :

- Géraldine POIVERT, Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution
- Catherine ROLIN, FRAPNA
- Françoise RENAUD, Union des Annonceurs
- Camille DURAND, Président de l'association Amorce, Vice-président de la communauté urbaine de Nantes
- Nicole LEBRUN, UFC que choisir ?

A cette occasion, FNE nous a sollicité pour présenter notre travail documentaire.

Ne pouvant y assister, nos documents ont été mis à disposition des participants en 50 exemplaires mais le nombre de tirages s'averra insuffisant. Cependant, les participants ont été informés de leur disponibilité sur Internet.

Afin que les personnes intéressées par notre travail puissent nous contacter directement, nous avons créé une adresse E mail (preventiondechets@yahoo.fr).

Suite à ce colloque, nous avons été contactés par M. Christophe DOUKHI-DE BOISSOUDY, (Novamont France) qui nous a fait part de ses impressions sur notre travail, qu'il a jugé « synthétique, objectif et exhaustif ». Il nous a proposé de nous fournir de la documentation (Analyse du Cycle de Vie, certificat OK Compost...) plus spécifique sur une des alternatives aux sacs plastiques : le sac Mater-Bi.

## Sondages

### Réalisation des questionnaires

Les questionnaires ont été mis en place au cours du mois de février 2004.

Deux questionnaires différents (*Annexes 1 et 2*) ont été réalisés à l'attention des consommateurs, l'un concernant les sacs plastiques, l'autre les COUNA.

L'intérêt des questionnaires est de savoir :

- si le public est sensibilisé aux problématiques sacs plastiques et COUNA :
  - ✓ concernant les sacs plastiques, nous voulons notamment savoir si les personnes connaissent des alternatives à ces sacs ;

- ✓ concernant les COUNA, nous cherchons à estimer l'ampleur de la campagne de sensibilisation à réaliser et le type de public à viser plus particulièrement ;
- si le public connaît l'opération Prévention des déchets menée par le MEDD ;
- quel est le mode de consommation des sacs plastiques et des COUNA par le public ;
- si les consommateurs sont prêts à changer leurs gestes quotidiens.

La formulation des questions résulte de plusieurs objectifs :

- un nombre limité de questions afin de réduire le temps de sondage et de ne pas solliciter trop longtemps le public ;
- des questions fermées de type « OUI / NON » de manière à faciliter le traitement des données ;
- les réponses du type « ne se prononce pas / ne sait pas » n'ont pas été proposées afin d'inciter les personnes sondées à se positionner sur les problématiques ;
- des questions permettant une prise de conscience.

Une attention particulière a été portée aux remarques émanant des individus sondés concernant les conditions nécessaires au changement du mode de consommation des sacs plastiques et la mise en place la campagne de réduction de ces sacs.

Par ailleurs, dans le cadre de l'opération « Réduction des sacs plastiques », un questionnaire à l'attention des distributeurs de sacs plastiques, à savoir la grande distribution, a été réalisé (*Annexe 3*).

L'intérêt de ce questionnaire est de savoir :

- si la grande distribution est sensibilisée à la problématique sacs plastiques ;
- si la grande distribution a connaissance de l'opération Prévention des Déchets menée par le MEDD ;
- quelle est la politique menée par rapport à cette campagne et les projets en cours visant à réduire la distribution de sacs plastiques ;
- quelles sont les alternatives proposées dans chaque enseigne ;
- quels sont les chiffres de la consommation des sacs plastiques et des différentes alternatives proposées ;
- si la grande distribution est prête à travailler en partenariat avec des acteurs de la société civile (Association de protection de la nature, de consommateurs).

Ces questionnaires ont été soumis à FNE pour avis et correction.

## Réalisation des sondages

Nous avons choisi de réaliser nos sondages consommateurs au sein des centres commerciaux et des grandes surfaces, ceci afin de toucher un public concerné par les problématiques sacs plastiques (proximité d'une enseigne distributrice) et COUNA (individus d'horizons différents).

Les centres commerciaux et les galeries marchandes des grandes surfaces offrent l'avantage d'être des lieux à l'abri des intempéries et où le public prend plus facilement le temps de répondre à un sondage.

Pour ce faire, nous les avons démarchés personnellement, accompagnés d'une lettre de demande d'autorisation de réalisation de sondages, pour chacune des opérations. Ces lettres (*Annexes 4 et 5*) présentent le cadre des opérations « Réduction des sacs plastiques » et « Stop Pub », ainsi que le but de notre sondage. Un exemplaire du questionnaire (*Annexes 1 et 2*) et une plaquette de sensibilisation pour chacune des opérations (*Annexes 6 et 7*) ont été joints aux lettres.

Malheureusement, seuls les centres commerciaux 'St Sébastien' et 'Les Nations' ont accepté de nous accueillir pour la réalisation de nos sondages, alors que toutes les enseignes de la grande distribution sollicitées ont rejeté notre demande.

Ces refus peuvent être expliqués simplement par le fait que les grandes enseignes sont régulièrement sollicitées pour réaliser des sondages (émanant à la fois de leur maison mère et d'organismes extérieurs). Cette attitude peut révéler également un paradoxe : ces enseignes proposent des alternatives mais elles semblent réticentes à leur promotion.

Les enquêtes concernant l'opération « Réduction des sacs plastiques » ont été menées le 3 mars 2004 au centre commercial 'Les Nations' (CCN) à Vandoeuvre-Lès-Nancy (54). L'échantillon sondé est de 100 individus habitant la Communauté Urbaine du Grand Nancy.

Celles concernant l'opération « Stop Pub » ont été menées le mercredi matin 3 mars 2004 au centre commercial 'Les Nations' à Vandoeuvre-Lès-Nancy (54) et le vendredi après-midi 5 mars 2004 au centre commercial 'Saint-Sébastien' (CCSS) à Nancy (54). L'échantillon total sondé est de 130 individus habitant la Communauté Urbaine du Grand Nancy (62 individus pour le centre commercial 'Les Nations', 68 individus pour le centre commercial 'Saint-Sébastien').

Les questionnaires consommateurs ont également été mis en ligne sur le site Internet de MIRABEL-LNE, permettant ainsi aux internautes de participer aux sondages.



Les sondages destinés aux distributeurs de sacs plastiques ont été réalisés par l'intermédiaire d'un courrier adressé aux responsables des 16 magasins Meurthe-et-Mosellans de quatre enseignes : Cora, Auchan, Match et Monoprix. Ces courriers étaient composés d'une lettre (*Annexe 8*) présentant l'opération, un exemplaire du questionnaire et expliquant l'intérêt de notre sondage (*Annexe 3*).

A l'heure actuelle, un seul retour nous est parvenu (Monoprix Saint-Sébastien) qui est de plus incomplet. Nous n'avons donc pas pu réaliser une analyse statistique sur ce questionnaire.

## Exploitation des données

Tous les résultats obtenus sont présentés et commentés en détail dans les rapports destinés à MIRABEL-LNE (*fournis en documents joints*).

### *Opération « Réduction des sacs plastiques »*

Les résultats obtenus suite à la réalisation des sondages nous permettent de mettre en évidence le degré de sensibilisation du public, son mode de consommation de sacs plastiques ainsi que sa volonté à opter pour des alternatives. Nous avons pu dégager plusieurs grandes tendances.

- La grande majorité des individus sondés est consciente de la quantité excessive de sacs plastiques distribués aujourd'hui en France.
- La moitié des individus sondés n'a pas connaissance de l'opération « Réduction des sacs plastiques ». Cela révèle un manque de communication autour de cette campagne. Comment une action nationale peut être suivie si 50 % de la population n'en a pas entendu parler ? Il est nécessaire de communiquer plus et d'informer mieux. Nous avons remarqué que le vecteur sensibilisant le plus d'individus sur cette opération est la télévision. Le ministère, qui souhaite valoriser ce chantier symbolique, et les associations, qui veulent convaincre les consommateurs, ont donc tout intérêt à diffuser leur campagne de communication *via* ce média.
- La majorité des individus sondés utilise les sacs plastiques lors de leurs courses. Cela témoigne du service rendu par le sac plastique. Cependant, 8 % des individus n'utilisent pas le sac de caisse, ce qui prouve que ces sacs sont utiles mais pas indispensables ! Par ailleurs, plus de la moitié des individus consommateurs pensent utiliser uniquement le nombre strictement nécessaire de sacs.

- Les sacs plastiques sont très souvent réutilisés, essentiellement en guise de sacs poubelles. Ces résultats montrent qu'une éventuelle suppression de la distribution des sacs plastiques gratuits et jetables poserait un problème aux consommateurs. Ces derniers se verraient contraints d'acheter des sacs poubelles. Il faudrait tenir compte de ce problème dans la campagne de prévention des déchets et inciter le public à utiliser le sac poubelle NF plutôt que de réutiliser le sac plastique. La mise à disposition gratuite de ces sacs poubelles en mairie permettrait une meilleure acceptation des alternatives par le public.
- Trois quarts des individus sondés connaissent une ou plusieurs alternatives aux sacs plastiques. La plupart des alternatives connues des consommateurs sont actuellement proposées par la grande distribution. Néanmoins, 18 % des individus sondés connaissent des alternatives autres que celles proposées par la grande distribution. Les conteneurs personnels ont en effet un rôle important à jouer dans la réduction de la consommation de sacs plastiques.
- La plupart des individus sondés seraient prêts à adopter les alternatives durables aux sacs plastiques. Toutefois, un certain nombre de remarques nous ont été faites quant aux conditions nécessaires au changement du mode de consommation de ces sacs. De plus durant ces sondages, des idées nous ont été proposées pour mettre en place la campagne de réduction des sacs plastiques. Il serait intéressant pour le ministère de tenir compte de ces différentes remarques pour la mise en place de la campagne nationale « Réduction des sacs plastiques ».

### *Opération « Stop Pub »*

Les données bibliographiques laissent entendre une variation des résultats en fonction du public visé. Cette hypothèse semble se vérifier lorsque l'on traite les résultats des sondages de chaque centre commercial distinctement mais s'annule lorsque l'on traite l'ensemble de la population sondée.

A l'issue de ce travail, nous pouvons faire un certain nombre de remarques.

- Certaines lacunes du questionnaire se sont révélées au cours des enquêtes, notamment concernant la question : « *Seriez-vous intéressé pour avoir le choix de recevoir ou non des COUNA ?* ». En effet, cette question n'a pas amené de réflexion sur le statut privé de la boîte aux lettres. Il aurait sûrement fallu reformuler la question, par exemple : « *Savez-vous que vous avez le droit de ne pas recevoir ces COUNA ?* ».

- D'autres questions ont cependant permis de sensibiliser la population. Compte tenu des remarques observées au cours du sondage, il apparaît que certaines personnes se sont posées des questions par rapport à l'intérêt que représentent les publicités pour eux et leur utilité dans leur mode de vie. Par exemple, à la question : « *Savez-vous que le coût de ces courriers non adressés est inclus dans le prix des produits vendus ?* », les gens ont souvent observé un temps de réflexion.
- La population sondée n'est sûrement pas totalement représentative de la population de la Communauté Urbaine du Grand Nancy. En Meurthe-et-Moselle, la proportion de personnes actives et occupées représente environ 38 % de la population totale et celle des individus âgés de 25 à 50 ans avoisine les 35 % (*Données de l'INSEE, 2002, www.insee.fr*).
- Il est à noter qu'il existe des biais dans les réponses : par exemple 6 personnes annoncent ne jamais lire les publicités mais font malgré tout leurs courses en fonction de celles-ci.

Pour compléter cette enquête, certains points pourraient être développés :

- afin d'obtenir des résultats plus représentatifs de la population, il aurait fallu multiplier les lieux de sondage et le nombre de sondés ;
- pour permettre d'expliquer la différence de réponses entre les deux centres commerciaux, une étude complémentaire est nécessaire.

Il ressort au final qu'un tiers de la population s'avère être intéressé par l'autocollant Stop Pub quand on les informe. Ce chiffre doit encourager la mise en place généralisée de la campagne Stop Pub.

Il apparaît également que 50 % des publicités distribuées ne servent à rien. En effet, 50 % des gens ne font pas leurs courses en fonction des publicités qu'ils reçoivent.

De plus, seul un tiers des autocollants est respecté. Il faut donc que les distributeurs soient fortement sensibilisés. Il est à noter que la signature de la charte (en cours de réalisation) est une action adaptée pour pallier à ce problème.

De même, il faudrait clarifier auprès des particuliers les responsables d'un éventuel non respect de leur autocollant, ainsi que les moyens d'actions mis à leur disposition.

La technique du sondage est intéressante dans une optique de sensibilisation. L'extrapolation serait à envisager aux autres régions lors de la campagne de sensibilisation. Cependant, certaines actions restent à faire. En effet, cette étude a démontré que l'opération « Stop Pub » était inconnue du grand public. Une grande campagne de communication est donc à envisager impérativement.

## Sensibilisation

### Plaquettes de sensibilisation destinées aux consommateurs

Deux plaquettes de sensibilisation ont été réalisées à l'attention des individus sondés et distribuées à ceux le souhaitant lors des sondages afin d'apporter un complément d'information.

Ces plaquettes présentent pour les opérations, pour l'une « Réduction des sacs plastiques » (*Annexe 6*), pour l'autre « Stop Pub » (*Annexe 7*), leur contexte et leurs objectifs. Elles fournissent quelques chiffres clés sur la problématique et listent les principaux enjeux motivant la campagne nationale de prévention des déchets. L'une renseigne de manière générale sur les différentes alternatives possibles aux sacs plastiques, l'autre sur l'existence d'un autocollant Stop Pub et la manière de se le procurer.

Elles proposent toutes deux l'adresse du site Internet de MIRABEL-LNE ainsi que notre adresse électronique, afin que les personnes le désirant puissent nous contacter et/ou obtenir des informations plus détaillées.

### Sensibilisation des maires (Stop Pub)

Les mairies sont des lieux privilégiés pour informer les citoyens. Il nous a semblé judicieux de les inclure dans la campagne de sensibilisation. En effet, le Bulletin d'Information Municipal ou un communiqué de presse a l'avantage de toucher toute la population, de rendre crédible l'opération et de lui donner un caractère officiel. De plus, une mairie est un cadre idéal pour accueillir une exposition sur le thème de la prévention des déchets.

En outre, il nous a paru évident qu'une action appuyée par le ministère devait être relayée par les maires.

La Communauté Urbaine du Grand Nancy a été contactée par une lettre de sensibilisation (*Annexe 9*) présentant :

- l'opération « Stop Pub » ;
- le coût pour la collectivité du traitement des déchets engendré par les seuls COUNA et l'économie qu'elle pourrait faire en instaurant cette opération ;
- les actions mises en place dans d'autres communes, en France et en Europe.

Nous proposons notre aide pour la mise en place de l'opération *via* une exposition dans leur mairie ou la présentation orale de notre travail.

Cette lettre a été co-signée par MIRABEL-LNE et l'Association EDEN (Entente pour la Défense de l'Environnement Nancéien).

## Réalisation d'une exposition

MIRABEL-LNE nous a chargé de réaliser la trame d'une exposition concernant les opérations « Réduction des sacs plastiques » et « Stop Pub ».

Cette exposition, en cours de réalisation, sera présentée oralement lors de la soutenance de l'Etude de cas qui aura lieu le 23 mars 2004.

Deux panneaux seront destinés à présenter chacune des deux opérations.

Celui relatif à la problématique des sacs plastiques se composera des points suivants :

- un état des lieux ;
- les enjeux (économiques, environnementaux...) ;
- la présentation des résultats du sondage effectué ;
- une présentation détaillée des alternatives existantes.

Celui relatif à la problématique des COUNA se composera des points suivants :

- un état des lieux ;
- les enjeux (économiques, environnementaux...) ;
- la présentation des résultats du sondage effectué ;
- une présentation de l'autocollant Stop Pub.

Ces panneaux seront accompagnés à l'avenir d'un troisième panneau, réalisé par MIRABEL-LNE exposant la campagne nationale de Prévention des Déchets.

A l'heure actuelle il est envisagé de présenter cette exposition à différents endroits, sous réserve que MIRABEL-LNE obtienne le financement nécessaire à la réalisation des supports :

- une exposition « Stop Pub » sera présentée de manière itinérante dans les mairies de la CUGN le désirant ; elle se composera du panneau concernant la campagne nationale de Prévention des Déchets et du panneau spécifique à l'opération « Stop Pub » ;
- une exposition « Réduction des sacs plastiques » sera présentée de manière itinérante dans les galeries marchandes des enseignes de la grande distribution le désirant ; elle se composera du panneau concernant la campagne nationale de Prévention des Déchets et du panneau spécifique à l'opération « Réduction des sacs plastiques ».

De plus, MIRABEL-LNE occupera un stand le 26 juin 2004 au Village de l'Environnement à Nancy lors de la semaine du Développement Durable, qui se déroulera du 16 au 27 juin 2004. Lors de cette manifestation, il est envisagé de présenter l'exposition complète et de promouvoir les deux opérations.

### ***Intervention***

Le 30 mars 2004, la mairie de Terville (57) organise une réunion publique d'information sur la prévention des déchets et le tri sélectif. La mairie a démarché MIRABEL-LNE afin de réaliser plusieurs interventions sur ces thématiques. Nous présenterons à cette occasion l'opération « Stop Pub ».

## Conclusion

Notre étude portait sur deux opérations « Réduction des sacs plastiques » et « Stop Pub ». Chacune comporte trois volets : une synthèse bibliographique, des sondages et des actions de sensibilisation.

Dans un premier temps, l'élaboration des synthèses bibliographiques ont permis de collecter un grand nombre de données relatives aux sacs plastiques et aux courriers non adressés, notamment des informations concernant les enjeux, les impacts économiques et environnementaux, les actions menées en France et à l'étranger et les solutions proposées.

Ce projet nous a permis de travailler au sein du milieu associatif et de prendre contact avec les différents acteurs concernés par ces deux opérations. Cette synthèse a servi de base à la réalisation de questionnaires adaptés ainsi que de support de sensibilisation.

Dans un deuxième temps, la réalisation des sondages a eu pour but de collecter des données qui constitueront un état 0 de la campagne de Prévention des déchets. Au cours de ces enquêtes, des remarques nous ont été soumises. Riches de ces enseignements, nous avons pu formuler des propositions visant à renforcer l'efficacité de cette campagne.

Par ailleurs, l'expérience tirée du travail de terrain et des nombreux contacts avec les acteurs ainsi qu'avec les particuliers nous ont fait prendre conscience de l'importance de la communication dans une telle campagne.

Enfin, les actions de sensibilisation ont informé le grand public et les acteurs sur l'importance de la prise en compte de l'environnement au quotidien.

La réalisation de supports d'information nous ont amené à mieux appréhender les difficultés du métier de communicant : cibler son public et transmettre un message clair et pertinent.

Plus globalement, cette étude de cas a nécessité une bonne gestion du temps imparti et une bonne organisation au sein du groupe de travail.

## ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire « Réduction des sacs plastiques » destiné aux consommateurs.

Annexe 2 : Questionnaire « Stop Pub ».

Annexe 3 : Questionnaire « Réduction des sacs plastiques » destiné aux distributeurs.

Annexe 4 : Lettre de demande d'autorisation de sondages « Réduction des sacs plastiques ».

Annexe 5 : Lettre de demande d'autorisation de sondages « Stop Pub ».

Annexe 6 : Plaquette de sensibilisation « Réduction des sacs plastiques ».

Annexe 7 : Plaquette de sensibilisation « Stop Pub ».

Annexe 8 : Lettre de présentation du sondage distributeurs « Réduction des sacs plastiques ».

Annexe 9 : Lettre de sensibilisation des maires.

Annexe 10 : Contacts.