

# Livret fiches action du programme local de prévention des déchets



Conception : Saint-Malo Agglomération - Illustrations : Freepik - Octobre 2024

2024 - 2030

Saint-Malo  
Agglomération

# SOMMAIRE

<b>AXE EXEMPLARITE</b>	<b>1</b>
Action 1.1 Créer un comité de référents	2
Action 1.2 Déclinaison commune des éco-gestes à tous les services	5
Action 1.3 Quantifier les déchets produits et détournés	7
Action 1.4 Développer une politique d’approvisionnement responsable	9
Action 1.5 Former à l’embauche et annuellement à un bureau écoresponsable	11
<b>AXE COMMUNICATION</b>	<b>13</b>
Action 2.1 Diffuser les messages de prévention	14
Action 2.2 Développer les actions de sensibilisation	16
Action 2.3 Sensibiliser les élus et les directions des 18 communes de SMA sur la réduction des déchets	18
Action 2.4 Organiser des évènements dédiés à la prévention	20
Action 2.5 Sensibiliser et informer les citoyens lors d'évènements déjà existants	22
Action 2.6 Promouvoir l'utilisation de kits de produits réutilisables	24
Action 2.7 Communication partagée avec les professionnels du tourisme	26
Action 2.8 Accompagner les entreprises dans leur démarche RSE	29
Action 3.1 Promouvoir et valoriser les alternatives aux apports de végétaux en déchetterie	31
Action 3.2 Promouvoir et valoriser le réemploi des objets et leur réparabilité sur le territoire	33
Action 4.1 Intégrer la prévention aux campagnes de communication portant sur la gestion des déchets	35
Action 4.2 Mobiliser des publics convaincus pour être relais et porteurs des sujets de prévention auprès de la population	37
Action 4.3 Mutualiser les supports de communication et d'informations aux 18 communes de SMA	39
<b>AXE LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE</b>	<b>41</b>
Action 5.1 Valoriser les bons gestes de lutte contre le gaspillage alimentaire dans les restaurations scolaires	42
Action 5.2 Faciliter la mise en place d'un maillage pour un dispositif de redistribution alimentaire aux étudiants	44
<b>AXE DECHETS VERTS ET BIODECHETS</b>	<b>46</b>
Action 6.1 Renforcer les dotations pour les maisons individuelles	47
Action 6.2 Réaliser des enquêtes sur l'utilisation des composteurs	49
Action 7.1 Développer et pérenniser les aires de composteurs collectifs sur l'espace public	51
Action 7.2 Inciter le développement du compostage collectif dans les campings	54
Action 7.3 Inciter les communes à développer les installations de récupération de déchets verts dans les cimetières	57
Action 7.4 Etudier et mettre en place les solutions de réduction à la source des biodéchets pour tous	59
Action 8.1 Refuser les déchets verts des professionnels	61
Action 8.2 Conseiller sur des végétaux adaptés	64
Action 9.1 Développer la valorisation des déchets verts	67

<b>AXE REEMPLOI</b>	<b>69</b>
Action 10.1 Créer une recyclerie	70
Action 10.2 Développer les échanges et partenariats avec et entre les acteurs du réemploi	73
Action 10.3 Adapter les horaires et dynamiser les lieux de réemploi	75
Action 10.4 Créer une cartographie interactive facile et accessible pour tous les moyens et lieux de réduction à la source présents sur le territoire	77

# AXE EXEMPLARITE

## Action 1.1 Créer un comité de référents

**Objectif :** Développer l'exemplarité au sein des services

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

L'exemplarité des administrations et des collectivités est essentielle. Les administrations publiques se doivent de montrer l'exemple sur la prévention des déchets par les élus et agents ainsi que par les activités des différents services.

En plus de montrer un engagement vers un territoire plus sobre, l'exemplarité permet de montrer que la collectivité s'applique à elle-même les efforts qu'elle demande aux usagers.

La mise en place d'une démarche structurée via l'instauration d'un comité à l'échelle de SMA est essentielle pour que la démarche d'éco-exemplarité soit efficace et pérenne. L'instauration de ce comité va permettre la création d'une culture commune autour de la notion de prévention et de l'exemplarité par la mise en œuvre des actions de l'Axe 1 'Exemplarité' du PLPDMA.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Structurer un comité de référents qui sera le socle référent pour toutes les actions de l'Axe 1 'Exemplarité' du PLPDMA.
- Son rôle sera, de part ces actions, de sensibiliser les agents et les élus, de les informer, de promouvoir les écogestes et de fédérer les services au sein d'actions communes.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Instance témoin de l'engagement de SMA pour la prévention des déchets
- Exemplarité de SMA pour les administrations des 18 communes
- Création d'une émulation inter-service autour de défis commun
- Faire connaître le PLPDMA à l'ensemble des agents et leur permettre de réduire leurs déchets sur leur lieu de travail.
- Légitimer et faciliter les actions sur le territoire en les appliquant en interne.

#### Les –

- Un essoufflement si peu d'actions sont non structurées ni valorisées

### ETAPES CLES

**Le groupe de travail PLPDMA / chargée de prévention des déchets :**

- Informer de la création d'un comité référents ouvert à candidature (un ou plusieurs agents par direction, si différents services dans la direction) avec précision sur le rôle attendu du comité et de ses référents
- Sélection des candidats

- Organiser une rencontre de lancement entre référents et une personne du service RH comme aide à l'instauration du comité

#### Le comité :

- Création du comité :
  - Trouver un nom à ce comité
  - Définir plus précisément le rôle\* du comité
  - Définir la procédure de fonctionnement (rôle, responsable du comité, fréquence de réunion, organisation et fonctionnement avec Cotech et Copil, communication inter-comité, communication en interne, indicateurs de suivi, outils informatique et dossier partagé sur le réseau, ...)
  - Création d'équipe Teams regroupant tous les référents, centralisant l'échange et la transmission des documents.
  - Définir la gratification des référents et leur temps octroyé à ce rôle
  - Communiquer la création du comité et des référents associés à tous les agents de SMA
  - Intégrer la composition du comité et les coordonnées des référents dans l'annuaire SMA
- \*Rôle du comité
  - Etre les référents des actions de l'Axe 1 Exemplarité (Comme toutes ces actions constituent des projets à part entière, une méthode pour les mener à bien est donc nécessaire. Les principales missions du comité seront la coordination de la mise en place des actions)
  - Etre le référent identifié de son service, promouvoir une culture de prévention commune, informer, valoriser et communiquer et faire remonter les gestes, actions et initiatives de leur service respectif
  - Informer sur les actions en cours et la personne référente qui porte chaque action
  - Etre ouvert à d'autres sujets en lien avec la transition écologique et l'économie circulaire
- Suivi et bilan annuel auprès de la chargée de mission prévention concernant les actions Exemplarité du PLPDMA à intégrer dans le rapport annuel

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargée de prévention des déchets

**PARTENAIRES :** Les agents des différents services de SMA, Intervenants externes d'animation si besoin

#### MODE DE COMMUNICATION

- Un dossier partagé sur le réseau accessible à tous
- Communication en interne auprès du personnel

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des référents: Selon la fréquence des rencontres et des actions portées (au minima 30 h / an par référent)
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Recrutement de volontaires au sein des services
- Adhésion des services à la démarche
- Maintien du dynamisme du comité

- Fonctionnement et organisation structurés
- Informer des actions en cours
- Valoriser et communiquer les bonnes pratiques et bons gestes

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUEL



- Nombre de référents
- Nombre d'actions menées

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024		2025					2026				2027				2028				2029				2030				
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T		
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 1.2 Déclinaison commune des éco-gestes à tous les services

**Objectif :** Développer l'exemplarité au sein des services

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

L'exemplarité des administrations et des collectivités est essentielle. Les administrations publiques se doivent de montrer l'exemple sur la prévention des déchets par les élus et agents ainsi que par les activités des différents services.

Cette action met en place des incitations aux écogestes au sein de l'ensemble des services. Elle permet d'avoir de l'information sur des éco-gestes faciles et utiles.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Encourager les gestes plus responsables au quotidien par des affiches, par des relais (ambassadeurs), via une boîte à outils virtuelle qui référence l'ensemble des "trucs et astuces" pour avoir un comportement plus responsable au quotidien.
- Les écogestes doivent viser plus particulièrement les gestes au quotidien : l'économie de papier, le tri des biodéchets, la limitation de l'usage unique (couverts, bouteilles...), la lutte contre le gaspillage alimentaire.
- La création d'un dossier 'banque éco-gestes' accessible à tous sur le réseau permettra à toutes et à tous d'accéder à ces informations

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Déclinaison commune des incitations car appartenance à un même réseau
- Culture de l'éco-geste déjà présente au sein de certains services (ex: compost sur place)
- Les idées émanent des agents et de leurs connaissances
- Action qui peut être facilitée par l'action 1.1 via le comité de référents
- Des outils informatiques déjà existants adaptables
- Permet la liaison avec d'autres sujets en économie circulaire et réduction de nos ressources (eau, énergie, ...)

#### Les –

- Être à jour sur la 'banque éco-gestes' du réseau
- Ne pas 'sur-informer' en multipliant les documents et communication

### ETAPES CLES

- Référencer au sein de l'ensemble des services les bonnes et mauvaises pratiques pour cibler les incitations
- Etablir un socle commun d'incitations pour l'ensemble des services sur les "essentiels" : économie de papier, tri, réemploi
- Etablir des incitations plus spécifiques à certains services



- Définir les référents et supports de cette "banque d'éco-gestes" (qui alimente la boîte à outils, qui met à jour les affiches, où...)
- Voir avec le service Etudes du service Informatique l'adaptation possible d'outils informatiques
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Le comité référents

**PARTENAIRES :** Les services de SMA (communication, informatique)

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en réseau (la banque éco-gestes)
- Communication en interne auprès du personnel (mail interne, événement interne, affichage)

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des référents: 2h/mois
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Diffusion large des incitations au changement de pratiques et facilité d'accès aux informations
- Avoir un référent par service pour accompagner les changements de pratiques

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUEL



- Consommation de papier
- Réduction de produits à usage unique (gobelets, emballage repas, couverts ; numériques ; ...)
- Réemploi / réutilisation (meubles, blocs brouillon, affichage, produits réutilisables ...)

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 1.3 Quantifier les déchets produits et détournés

**Objectif :** Développer l'exemplarité au sein des services

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les différents services

**Public visé :** Agents de SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

L'exemplarité des administrations et des collectivités est essentielle. Les administrations publiques se doivent de montrer l'exemple sur la prévention des déchets par les élus et agents ainsi que par les activités des différents services.

La prévention des déchets consiste à développer, en amont de leur gestion, des actions visant à éviter, réduire, voire retarder leur apparition. Il s'agit du concept 4RVE. Ces actions consistent, dans cet ordre de priorité, à :

- Refuser (R1)
- Réduire (R2)
- Réemployer (R3)
- Recycler (R4)

Cette action accompagne le décret n° 2024-134 du 21 février 2024 relatif à l'obligation d'acquisition par la commande publique de biens issus du réemploi ou de la réutilisation ou intégrant des matières recyclées et à l'interdiction d'acquisition par l'Etat de produits en plastique à usage unique qui entrera en vigueur à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2024 (document en annexe).

2 objectifs sont attendus dans cette action 1.3 :

- Réduire les produits à la source par une réflexion dans l'ordre de priorité 4R
- Quantifier les produits (matériels, équipements, ...) selon leurs 'origines' (neuf, loué, réemployé, recyclé,...)

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Le choix des produits acquis selon leur origine est primordial
- Les produits acquis doivent être quantifiés et intégrés dans la base de données de SMA

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Les agents sont les 'sachants' de leurs services respectifs
- Valorisation des gestes de réduction au sein des services
- Une transparence et un suivi sur les pratiques d'acquisition des produits (intégrant une traçabilité administrative d'un produit transféré à un autre département (réemploi))
- Données sur l'obligation d'acquisition par la commande publique de biens issus du réemploi

#### Les –

- Changement de pratique à l'achat et l'utilisation
- Une adaptation à faire sur les interfaces des logiciels utilisés
- Difficulté à quantifier selon les produits

## ETAPES CLES

### Choix des produits à acquérir

- Utiliser les outils et grille d'aide à la décision de la politique d'approvisionnement responsable (action1.4) pour une réflexion 4RVE

### Quantification des produits et de leurs origines

- Créer un groupe de travail pour développer la procédure de quantification et suivi des produits acquis avec intégration des informations 'achat neuf, d'occasion, recyclé, prêt, location, ...' dans la base de données existante à adapter
- Type et quantité de déchets émis dans chaque service et sur la globalité de la collectivité Saint-Malo Agglomération" (afin d'identifier les déchets de l'ensemble de notre collectivité et d'homogénéiser les futurs achats)
- Développement d'une communication en interne et dossier spécifique dédié sur le réseau 'banque éco-gestes' avec le guide de solutions de réduction pratiques (pratiques alternatives aux achats - économie de fonctionnalité, location, partage, etc.) (action1.2)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargée de prévention

**PARTENAIRES** : Les référents du comité SMA (action1.1), le service finance, le service patrimoine, le service informatique, le service RH

## MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en réseau (action 1.2)
- Communication en interne auprès du personnel

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des agents du comité référents et des services identifiés pour le développement des procédures
€	Modification dans CIRIL

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite entre les services
- Retour des connaissances des agents des différents services
- Valorisation des actions existantes en interne comme en externe
- Amélioration continue

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUEL



- Type et quantité de déchets émis dans le service

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 1.4 Développer une politique d'approvisionnement responsable

**Objectif :** Développer l'exemplarité au sein des services

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

Les achats publics (marchés ou hors marchés) constituent un levier important pour inciter les organisations à introduire le principe de protection de l'environnement et de réduction à la source des déchets dans leurs procédures, produits et services. L'exemplarité des administrations et des collectivités est donc essentielle en intégrant des critères d'attribution liés au développement durable dans la commande publique.

Pour rappel au 31/12/2025 : code de la commande publique - 100% des marchés avec au minima 1 clause environnementale et 30% avec au moins 1 clause sociale.

Outre l'aspect réglementaire, la mise en place de politiques d'achats durables et clauses environnementales est donc un outil primordial pour enclencher une action durable sur le territoire.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Définir des considérations environnementales au sein des critères d'attribution des marchés publics en les rendant d'abord optionnels (bonus) puis obligatoires (malus)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Moyen incitatif pour les candidats de changer leurs pratiques
- Changement de pratique avec l'intégration de la clause environnementale pour tous les marchés publics
- Politique témoin de l'engagement de SMA dans le développement durable en mettant en accord le discours et les actes
- Réduire l'impact de l'activité des services sur les ressources naturelles
- Sensibiliser les agents à la thématique et aux actions portées par SMA dans le domaine

#### Les –

- Difficulté de changement de pratique avec l'intégration de la clause environnementale pour tous les marchés publics avec un minima supérieur au minima réglementaire
- Intégrer une pondération pertinente dans la grille d'analyse
- Transversalité entre les services
- Adhésion à une notion de coût environnemental et pas que coût économique

### ETAPES CLES

- Création d'un groupe de travail inter-service, accompagné par le service Achats, pour définir en amont de l'achat les besoins en intégrant des critères de prévention des déchets et déterminer les outils utilisables par tous les services.
- Création de la charte d'approvisionnement responsable et des outils d'aide à la décision (grille d'aide à la décision (avec pondération) à l'achat de produits et services, le guide d'approvisionnement responsable incluant les pratiques alternatives aux achats (économie de fonctionnalité, location, partage, etc.) et le tableau de bord des achats écoresponsables.
- Validation de cette charte

- Développement d'une procédure de commande publique responsable avec intégration systématique d'une clause 'écoresponsabilité'
- Développement d'une communication en interne et dossier spécifique dédié sur le réseau
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargée de prévention

**PARTENAIRES** : SMA (service marché publique), Services SMA

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en réseau (Politique/chartre d'approvisionnement responsable, grille d'aide à la décision)
- Communication en interne auprès du personnel

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des agents pour le groupe de travail : 80 h la 1 <sup>ère</sup> année puis 20 h/an
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le Pôle Juridique, Achats, Marchés publique et les acheteurs des différentes directions internes
- Mise en cohérence des outils et procédures
- Bonne articulation avec les messages et supports développés
- Valorisation des actions existantes en interne comme en externe

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUEL



- Nombre (ou %) de marchés publics intégrant des clauses relatives à la prévention des déchets
- Nombre de pratiques alternatives à l'achat

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 1.5 Former à l'embauche et annuellement à un bureau écoresponsable

**Objectif :** Développer l'exemplarité au sein des services

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

L'ensemble des administrations et établissements publics doit pouvoir s'approprier les bonnes pratiques au sein même de leurs bureaux et structures. Cette exemplarité pourra ensuite bonifier les démarches d'éco-exemplarité des communes du territoire.

La mise en place d'une démarche structurée et la valorisation des gestes engagés par tous à l'échelle d'une administration est essentielle pour que la démarche d'éco-exemplarité soit efficace et pérenne.

Mais avant tout, une formation de tous aux gestes écoresponsables sur leur lieu de travail est primordiale, que ce soit les personnes en activité ou pour l'arrivée d'un nouvel agent ou le renouvellement des élus. La création d'un guide pour les agents et construit par les agents est primordiale.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Créer un guide ou une charte d'éco-exemplarité qui sera intégré aux documents émis au nouvel arrivant (salarié / stagiaire / élu)
- Rappel annuel des gestes éco-responsables intégrant les nouvelles ou actions bonifiées dans l'année.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Engagement de SMA en légitimant et facilitant les actions sur le territoire
- Création d'une culture commune autour de la notion de prévention
- Valorisation des gestes écoresponsables
- Faire remonter les bonnes initiatives des agents
- Réduire les déchets liés au milieu de travail
- Permet la liaison avec d'autres sujets en économie circulaire et réduction de nos ressources (eau, énergie, ...)

#### Les –

- Des changements de pratiques difficiles pour certains agents
- Les élus ne sont pas quotidiennement sur le site physique de SMA
- Une prise de connaissance aléatoire du guide par le nouvel arrivant
- Des difficultés à intégrer certains gestes selon le service

### ETAPES CLES

- Création d'un groupe de travail avec les différents services
- Création du guide ou de la charte d'éco-responsabilité comme support pour sensibiliser, former et informer des écocitoyens et des changements de pratique
- Validation de cette charte

- Intégration de cette charte aux documents émis au nouvel arrivant
- Communication en interne et dossier spécifique dédié sur le réseau (action 1.2)
- Rappel annuel pour des informations à jour
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle par le retour des agents vers leur référent (action 1.1)

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS** : Chargée de prévention

**PARTENAIRES** : Le comité référent (action 1.1), les agents de SMA, le service communication, le service RH

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en réseau (Politique/chartre d'approvisionnement responsable, ...)
- Communication en interne auprès du personnel

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des agents pour le groupe de travail : 80 h la 1 <sup>ère</sup> année puis 20 h/an
	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le département RH
- Un comité de référent bien structuré et dynamique
- Un guide créé et une procédure bien établie (à l'embauche et annuellement)
- Valorisation des actions existantes en interne comme en externe

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUEL



- Nombre de personnes formées

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T		
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

# AXE COMMUNICATION



## Action 2.1 Diffuser les messages de prévention

**Objectif : Sensibiliser et accompagner**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé : DMA**

**Public visé : tout public**

### CONTEXTE

SMA est un acteur central pour la diffusion des messages de prévention des déchets sur son territoire. Elle dispose d'un site internet, d'un magazine semestriel, d'un réseau de communication et peut s'appuyer sur les communes pour relayer les informations.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Accompagner les projets, définir un plan de communication, prévoir des actions qui rythment l'année et incitent à passer à l'action, organiser des temps forts (SERD, SEDD, Tous au compost, Jour de la terre ,...).
- Définir pour chaque année une thématique principale permettant ainsi de délivrer un message fort (exple : année 1 : les biodéchets et déchets verts, année 2 : le réemploi et réparation, année 3 : alternative au jetable, année 4 : le tourisme écoresponsable, ...).
- Mettre en place une campagne de communication dédiée à la prévention et réduction des déchets visant à réduire les quantités de tous types de déchets dans les DMA (thème général et thématique).
- Diffuser des messages de prévention via les canaux traditionnels
- Intégrer un onglet dédié à la réduction des déchets sur le site internet de SMA
- Associer le sujet de la prévention aux campagnes de communication portant sur la gestion des déchets
- S'associer avec les autres démarches de SMA (tel les RDV de la transition écologique) (action2.5)
- Accompagner la campagne de prévention et réduction par des animations de proximité (ateliers, stands, visites de lieux de prévention / de réemploi / de réutilisation, de valorisation)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Capacité de diffusion très large
- Dispositifs de communication déjà existants
- Témoigne de l'engagement de SMA pour la prévention des déchets
- Intégration de programmes d'action d'autres services de SMA

#### Les –

- Besoin d'un.e chargé.e de communication dédié.e

### ETAPES CLES

- Définir les messages à porter
- Intégrer les programmes d'actions en lien (programme environnement, Atlas de la biodiversité, PAT, ...)
- Définir les visuels
- Définir les canaux de diffusion
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Le service de communication

**PARTENAIRES :** Agence externe de communication, les élus, les communes, les prestataires et sous-traitants du domaine de communication, les acteurs de la communication, les animateurs du tri, le service prévention et collecte, les différents services de SMA, les citoyens, les organisations du territoire, les associations, les bailleurs, les écoles et universités, les acteurs de l'ESS, relais médias (presse écrite, radio), relais réseaux sociaux influents

## MODE DE COMMUNICATION

- Dispositifs de communication déjà existants (numérique, affichage, presse, animations de proximité, événements dédiés, ...)

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Un.e chargé.e de communication dédié.e à la direction de la prévention et gestion des déchets
€	Le salaire du chargé de communication Animation

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Diffusion massive de la campagne
- Définition de messages simples et appropriable par le grand public
- Ton humoristique

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de campagnes de communication qui ciblent la prévention des déchets

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T	T T T T T T T T
1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4

## Action 2.2 Développer les actions de sensibilisation

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : DMA

Public visé : tout public

### CONTEXTE

L'éducation à l'environnement et à la réduction des déchets est un enjeu sociétal fort à l'heure actuelle. Parvenir à sensibiliser est donc primordial car cela va permettre non seulement de développer les gestes et attitudes mais également faire des personnes sensibilisées des relais d'informations auprès de leur entourage.

Cette communication a un plus fort impact via une sensibilisation de proximité et ce message peut être porté à différentes échelles, favorisant l'effet "boule de neige".

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Communiquer sur la réduction des déchets par une sensibilisation de proximité auprès d'un public varié :

Public ciblé	Effet "boule de neige".
Le jeune public	Personnel éducatif, parents
Les étudiants	Personnel éducatif, amis, famille, lieux d'activités
Le grand public	Habitat pavillonnaire, habitat collectif, retraités, salariés
Acteurs du tourisme	Les visiteurs, les habitants
Professionnels	Salariés, professionnels, clients

Cette communication se veut de proximité via de la sensibilisation :

- Dans les établissements de l'éducation (action 2.4)
- Lors d'événements existants (action 2.5)
- Lors d'événements dédiés (action 2.4)
- En porte-à-porte (action 2.2)
- Sur les lieux touristiques (action 2.7)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Sensibilisation de proximité
- Engagement de SMA pour la prévention des déchets
- 'Effet boule de neige'
- Reconnaissance via un logo, une mascotte reconnaissable et reconnue à long terme

#### Les –

- Nécessite un recrutement d'animateurs
- Nécessité d'adaptation à des publics variés

## ETAPES CLES

- Développer des calendriers d'animation en fonction :
  - Du public ciblé
  - Des événements existants locaux (marché de Noël ; marché des plantes et fleurs ; événements de grande envergure, fête d'Halloween ; ...)
  - Des événements existants nationaux ou européens; ('Tous au Compost (avril) ; Jour de la terre (22 avril) ; RDV aux jardins (Juin) ; Semaine Européenne du Développement Durable (oct-nov) ; (Semaine Européenne de la Réduction des déchets (nov) ; ... )
  - D'événements dédiés à la prévention (Action 2.4)
- Acquérir ou développer de nouveaux outils de sensibilisation, adaptés à chaque public ciblé
- Développer des stands/animations de sensibilisation en divers lieux (classes, marchés, salons, journées thématiques ...)
- Animer des visites de sites de réduction des déchets pour le grand public, les scolaires (site de réemploi, de réparation, de compostage, ...)
- Communiquer avant et après l'événement
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS :** RH

**PARTENAIRES :** Le public ciblé, le service de communication de SMA, les associations et animateurs externes, les communes

## MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils et support animation pour les différents publics
- Dispositifs de communication déjà existants auprès du grand public

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Stands et outils d'animation
	Temps interne des agents d'animation et chargé.e de communication
	Recrutement d'animateurs et d'un.e chargé.e de communication dédiés à la DCTD, outils d'animations, animateurs externes

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le service de communication SMA, les partenaires
- Des animations ludiques et dynamiques adaptées au public cible
- Une reconnaissance commune des animations par le grand public (mascotte, logo, ...)
- Bonne articulation avec les messages et supports développés
- Valorisation des animations réalisées

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'animateurs en poste

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 2.3 Sensibiliser les élus et les directions des 18 communes de SMA sur la réduction des déchets

**Objectif :** Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et directions des 18  
communes

### CONTEXTE

Les collectivités, de par leur fonctionnement, produisent une quantité de déchets non négligeables. Il est donc de la responsabilité de la collectivité d'être exemplaire dans la réduction de ses propres déchets.

En tant que collectivité compétente en matière de prévention des déchets, SMA élabore et met en oeuvre son PLPDMA. À ce titre, elle est tout à fait pertinente pour entrainer les communes dans une démarche d'éco-exemplarité en leur proposant un espace d'échanges et de montée en connaissance, y compris pour les sujets où elle ne détient pas la compétence (écoles, petite enfance, restauration scolaire...). La création d'un réseau intra-communal est essentiel dans une démarche d'échanges et de partage transversaux.

En effet, les communes disposent pour beaucoup d'une personne référente sur les questions de développement durable ou d'environnement, qui pourraient être des participants se faisant le relai en interne.

L'objectif est donc la valorisation des bonnes actions de réduction des déchets des communes via la sensibilisation, la formation et le partage de connaissance des communes et acteurs publics et d'être exemplaire au regards des habitants.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Sensibiliser les élus et les directions des 18 communes de SMA sur la réduction des déchets
- Développer un réseau d'exemplarité des communes et des acteurs publics

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Afficher l'engagement de SMA et des communes
- Supports communs aux communes
- Valoriser les bonnes pratiques des communes
- Meilleure communication avec les services des mairies du territoire
- Meilleure compréhension des enjeux propres à chacune des communes

#### Les –

- Beaucoup de comités déjà existants au niveau des communes
- Un agenda déjà bien rempli pour les agents et acteurs publics
- Une procédure transversale à créer et à animer dans le temps

### ETAPES CLES

#### Sensibiliser et informer

- Identifier des agents relais dans les communes
- Les sensibiliser et les former à l'éco-exemplarité et aux enjeux du PLPDMA
  - Réunions déjà existantes (Bureau des élus, commission déchets, rencontre des DGS, ...)
  - Ateliers et rencontres d'accompagnement et d'échanges des communes participantes sur des thèmes spécifiques (actions et connaissances à partager)
  - Accès aux fiches actions du PLPDMA

- Valorisation et communication sur les bonnes pratiques au grand public

#### Développer un réseau d'exemplarité

- Créer un réseau afin d'échanger sur des bonnes pratiques et retours d'expérience
- Définir une fréquence de rencontres annuelles (présentation\_bilan&échange, groupe de travail thématique, ...)
- Avoir un autodiagnostic annuel en parallèle d'un plan d'action défini
  - Identifier les attentes et motivations des bonnes pratiques
  - Identifier les pratiques éco-exemplaires déjà mises en place par les communes
- Partager les initiatives pertinentes aux autres communes afin de diffuser les bonnes pratiques sur l'ensemble du territoire
- Inciter en proposant des actions nouvelles, projets innovants ou nouvelles pratiques en faveur de la réduction des déchets avec les fiches action du PLPDMA
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS :** Chargé.e de prévention

**PARTENAIRES :** Communes et acteurs publics, animateurs, chargé.e de communication

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en partage (action 2.1, 4.3)
- Communication en interne auprès du personnel et en externe pour la valorisation et la connaissance des gestes posés de sa commune

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Selon la mise en place des actions
	Chargée de prévention, référents des communes, acteurs publics, agents
	Communication et mise en place des actions Réduction de coût via la réduction engendrée

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Avoir des référents bien identifiés
- Créer un réseau dynamique entre les référents des communes
- Avoir une communication régulière
- Bonne articulation et cohérence avec les informations partagées (action 4.3) et supports développés (action 2.1)
- Valorisation des actions existantes en interne comme en externe

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de communes sensibilisées
- Nombre de présentations

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 2.4 Organiser des événements dédiés à la prévention

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : DMA

Public visé : tout public

### CONTEXTE

Pour atteindre les objectifs de réduction des déchets, il faut changer les comportements. Pour cela, il est nécessaire de sensibiliser le public le plus large possible pour accompagner de réels changements de pratiques.

Campagnes de sensibilisation en porte-à-porte, animations proposées lors d'événements, visites d'installations de valorisation sont autant de moyens pour sensibiliser les habitants, les partenaires associatifs et les agents de la collectivité à la prévention et réduction des déchets.

Des événements dédiés à la prévention vont permettre d'adapter l'information à différents publics sur des thèmes bien spécifiques pour amener à un changement de pratique par des solutions précises et concrètes.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Apporter une information claire et pertinente pour tous les publics en matière de prévention et de réduction des déchets
- Organiser des visites des lieux de réemploi, de réparation, de valorisation des déchets, une déchetterie, une plateforme déchet vert, ...)
- Animer des stands de sensibilisation ciblés dans les quartiers, les communes et les écoles et des ateliers grand public avec l'aide d'associations locales (ateliers 'apprendre à faire' tels que ateliers cuisine /achats sans gaspi/ réparation /couture/produits ménagers/emballage cadeau/jardin/...)
- Propositions d'événements annuels spécifique à la réduction des déchets (distribution de compost, échange habits de 2<sup>de</sup> main, réparation de vélo, répair café, jardin zéro déchet, broyage de végétaux, Opération de sensibilisation dans le restaurant scolaire (tri et pesée des déchets), lutte contre le gaspillage alimentaire, ateliers 'DIY'\*, stand d'échange de textile, jouet, vide-déchetterie, ...). Ces événements doivent eux-mêmes être exemplaires en écoresponsabilité.

\*DIY : De l'anglais 'Do It Yourself' pour des ateliers où l'on créé soi-même des produits

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Des ateliers concrets et utiles
- Des actions de proximité
- Une coopération avec les associations locales
- Un réseau de communication existant
- Un engagement de SMA
- Les événements eux-mêmes sensibilisent de par leur aspect écoresponsable

#### Les –

- Nécessité de recruter des animateurs.trices pour la prévention
- Nécessité de recruter un.e chargé.e de communication pour la DCTD

### ETAPES CLES

- Recenser les lieux, temps forts et périodes sur lesquelles intervenir

- Définir des ateliers / supports d'animation thématiques en interne en fonction du public ciblé
- Communiquer les lieux et dates des événements (Communication sur les canaux habituels : site, réseaux, presse, affichage numérique, magazine SMA et bulletins / site des communes, les Rdv de la transition écologique, et autres calendrier en ligne tel Agendaou)
- Mise en place des stands et animations lors des temps clés
- Communiquer après l'évènement
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargé.e de prévention

**PARTENAIRES :** Les animateurs de prévention, service relation aux habitants, service politique de la Ville, chargé.e de communication, les associations locales, les communes, les acteurs des lieux de l'évènement (cuisine, école, ...)

#### MODE DE COMMUNICATION

- Communiquer les lieux et dates des événements (Communication sur les canaux habituels : site, réseaux, presse, affichage numérique, magazine SMA et bulletins / site des communes, les Rdv de la transition écologique, et autres calendrier en ligne tel Agendaou)

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des animateurs.trices
€	Matériels pour les ateliers, sous-traitance à une association experte dans le thème (cuisine, jardin, ...)

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Priorisation des événements et lieux où intervenir pour augmenter l'efficacité
- Bonne articulation avec des partenaires internes (politique de la ville, animations et thèmes prioritaires dans les équipements de quartier, ...)
- Importance de l'exemplarité écoresponsable de l'évènement même

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'ateliers, visites et événements
- Nombre de participants

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023			2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030				
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T			
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4



## Action 2.5 Sensibiliser et informer les citoyens lors d'évènements déjà existants

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☒ A l'étude ☐ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : Déchets produits  
lors d'évènements

Public visé : tout public

### CONTEXTE

De nombreux évènements ont lieu chaque année sur le territoire et peuvent être le lieu pour sensibiliser le public sur la réduction des déchets.

Les évènements sont donc un support pour communiquer avec le public mais également l'occasion d'offrir des outils et un accompagnement dans la réduction des déchets auprès des organisateurs de cette manifestation.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Faire de la prévention en s'appuyant sur les évènements du territoire
- Faire de la prévention et communiquer sur la réduction des déchets dans un évènement déjà existant en bonifiant les gestes écoresponsables posés lors de cette manifestation.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Une communication de proximité avec un public varié
- Un engagement visible de SMA
- Un accompagnement pour les organisateurs d'évènements
- Un contact avec un public qui n'est pas spécialement engagé dans des pratiques écoresponsables
- Un coût d'organisation et de ressources mobilisées réduits

#### Les –

- Difficulté à sensibiliser lors de manifestations à fort passage
- Nécessité d'avoir un stand ludique et attractif en accord avec l'évènement
- Un stand d'animation sur la réduction des déchets dans un évènement 'déchetivore' n'a pas de sens. Notion d'accompagnement RSE (action 2.8)

### ETAPES CLES

- Recenser des lieux, temps forts et manifestations sur lesquelles intervenir: «Maison de Quartier» à Saint-Malo et équivalent dans les autres communes, fêtes locales, manifestations sportives, évènements thématiques –marchés aux fleurs- bienvenu dans mon jardin, marché de Noël, RDV de la transition écologique...), événement "camping", jour de la terre, semaine européenne DD, SERD ...
- S'articuler avec les actions menées dans le cadre de la politique de la Ville et dans les CCAS pour soutenir l'émergence de projets sur la prévention des déchets
- Préparer les axes sur lesquels communiquer en fonction du public

- Stands d'animation et de réduction des déchets sur le lieu de l'évènement et y inviter les participants à être relais de la démarche PLPDMA (action4.2)
- Proposition d'outil d'accompagnement aux organisateurs d'évènements pour un évènement non 'déchetivore'
- Bonifier les gestes posés lors de l'évènement
- Communiquer sur la présence de SMA sur l'évènement et de son programme de réduction des déchets
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Le service prévention et animation de SMA,

**PARTENAIRES :** Les organisateurs d'évènements, le service collecte de SMA, les communes

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents d'accompagnement (guide 'évènement écoresponsable')
- Communication usuelle

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Stand d'animation, Prêts de bacs et affichage potentiels
	Temps interne des agents pour la création du guide 'évènements écoresponsables', temps interne animation, temps interne en communication
€	Stands et outils d'animations

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Capacité à être identifié au sein de l'évènement
- Proposition d'un sujet "ludique" pour le grand public (le public peut être constitué de personnes non "convaincues")
- Contact avec un public diversifié
- Valorisation par la communication de l'aspect écoresponsable de l'évènement (Contact avec les organisateurs de l'évènement en amont de la manifestation pour un accompagnement dans leur écoresponsabilité)

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'interventions dans les événements locaux

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 2.6 Promouvoir l'utilisation de kits de produits réutilisables

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : Les produits à usage unique

Public visé : Tout public

### CONTEXTE

Faciliter la transition vers un mode de consommation eco-responsable au quotidien par la promotion de l'utilisation de kit de produits réutilisables Versus à usage unique.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Intégrer le thème 'kits réutilisables' dans les campagnes de communication dédiées à la prévention et réduction des déchets
- Aider les usagers à modifier leurs habitudes de consommation par des solutions utiles et pratiques tels que :
  - Kit 'bureau 100 % zéro déchet'
  - Kit 'déjeuner à l'extérieur 100 % écoresponsable'
  - Kit 'événements zéro déchets'
  - Kit 'No bouteilles et verre à usage unique'
  - Kit 'zéro déchets à la plage'
  - Kit 'zéro déchets en vacances'
  - Kit 'étudiant 100 % responsables'
  - Kit 'courses zéro déchets'
  - Kit 'événements zéro déchets'
  - Kit 'gouter enfants zéro déchets'
  - ...

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Proposer des solutions faciles, utiles et efficaces
- Sensibiliser des publics différents (habitants, visiteurs, étudiants, salariés, pour le bureau, pour la maison, ...)
- Réduire les déchets issus de l'utilisation de produits à usage unique
- Communication facile avec une campagne déclinable

#### Les –

- Ce changement de pratique nécessite du temps et beaucoup de communication
- L'objectif est bien la réduction et non le recyclage – confusion sur cet aspect
- Sensibiliser les commerces à des contenants et emballages proposés par le public
- Ne pas confondre avec des goodies. Ce sont bien des kits utiles et nécessaires pour réduire l'usage unique

## ETAPES CLES

- Créer une campagne spécifique sur ce thème (voir action 2.1)
- Déterminer les lieux et périodes des communications et des stands d'animation associés (été, rentrée scolaire, touristes, ...). Pas de distribution, mais de la communication. Ce ne sont pas des goodies.
- Valoriser les bons gestes issus de cette campagne 'kit zéro déchets unique' par des portraits d'acteurs du territoire, notamment les commerçants acceptant les boîtes à vrac. Cette campagne de communication (action 2.1) peut être relayée dans l'action "Communication partagée avec les professionnels du tourisme" (action 2.7)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargé.de de mission prévention

**PARTENAIRES :** Les services, les diffuseurs et supports de communication, les acteurs du tourisme

## MODE DE COMMUNICATION

- Dispositifs de communication déjà existants (numérique, affichage, presse, animations de proximité, événements dédiés, ...)

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne de la chargée de prévention, de la chargée.e de communication
€	Supports de communication

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Communication auprès des différents publics
- Choix de la période de diffusion et du support de communication importants
- Valorisation des gestes issus de cette campagne

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de communication pour cette campagne

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 2.7 Communication partagée avec les professionnels du tourisme

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé** : Déchets produits  
par les touristes et acteurs du tourisme

**Public visé** : Touristes – Vacanciers /  
professionnels du tourisme

### CONTEXTE

Le diagnostic du territoire montre une forte activité touristique sur le territoire sur toute l'année avec toutefois une augmentation durant les week-ends, les jours fériés et la période estivale.

Il est établi que les habitudes de chacun changent pendant les vacances et que l'on peut parfois constater un laisser-aller en ce qui concerne les habitudes de tri ou de réduction des déchets. Saint-Malo Agglomération doit également prendre en compte la variabilité des habitudes et consignes d'un territoire à l'autre mais également d'un pays à l'autre par la présence non négligeable de visiteurs étrangers.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Définir conjointement entre les acteurs du tourisme et SMA d'un plan de communication pour sensibiliser et informer les professionnels et les touristes de la stratégie de réduction des déchets et de l'amélioration du tri ... même en vacances
  - A destination des professionnels du tourisme
  - A destination des touristes

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Travailler en synergie et de façon transversale avec les acteurs du tourisme
- Une image positive pour tout SMA et les professionnels du tourisme autour d'un tourisme écoresponsable

#### Les –

- Difficulté à créer un lien avec tous les acteurs du tourisme
- Difficulté à atteindre les particuliers propriétaires de gîtes
- Absence de brigade verte à ce jour
- Nécessité d'anticiper en amont à l'avance (octobre pour l'été suivant)
- Vigilance sur les différences de pratiques et de langues des visiteurs

### ETAPES CLES

- **Phase de lancement** : 1ere rencontre avec les acteurs du tourisme pour présenter l'action et instaurer un groupe de travail
- **Annuellement**

**Phase 1** : Elaboration d'un plan de communication

- Rencontre en octobre ou période à déterminer avec les différents partenaires avec mise en commun des connaissances (outils déjà existants, nouvelles informations, ...) et bilan de la période touristique écoulée
- Réflexion non exhaustive sur :
  - le 'Quoi' : Sujet communiqué / action menée l'année suivante ?
  - le 'Comment' : Les dates de rencontre du groupe ? Quels supports utiliser ? Quelles langues et quels visuels utiliser ?
  - le 'Qui' : Répartition des tâches et contacts du groupe de travail
  - le 'Ou' : Dans quels lieux seront émis les supports de communication (virtuels et physiques) ?

### Phase 2 : Mise en place du plan de communication

- Déployer les stratégies retenues sur les sites touristiques et lieux d'hébergements touristiques (Exemple de sujet communiqué / action menée l'année suivante : prévention sur les contrats de location, dans les transports, sur les billets de transport, envoi sms, animations (actions 2.4, 2.5), création d'une brigade verte de prévention des déchets : la mer commence ici ; compostage dans les campings (action 7.2); kit du non usage unique (action 2.6) ; gestes écoresponsables (action 2.1) ; ... , les supports d'information des communes, la cartographie des lieux de réparation de 2<sup>nd</sup>e main, de compostage collectif (action 10.4), accompagnement de professionnels spécifiques : campings, évènementiels, RSE ... (actions 2.5, 2.8, 7.2)
- 2 niveaux d'action de communication :
  - à destination des professionnels : rappel des obligations réglementaires, des outils mis à disposition par SMA, voire des aides spécifiques
  - à destination des visiteurs : Information et sensibilisation spécifiques à ce public

### Phase 3 : Suivi et mise à jour

- Vérification du bon déroulement auprès du porteur de l'action. Si besoin, ajustement pour pallier les problématiques rencontrées
- Possibilité d'effectuer une enquête auprès des visiteurs

### Phase 4 : Bilan et renouvellement

- 'Débrief' annuel en fin de saison (octobre ou date à déterminer avec le groupe de travail)
- Envoi des données indicateurs à la chargée de prévention
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargée de prévention

**PARTENAIRES** : la SPL (société publique locale Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel), les professionnels du Tourisme, les acteurs du groupe de travail, la direction prévention et collecte, du tourisme de SMA, chargé.e de communication SMA, la brigade verte, les animateurs de la prévention et du tri, les associations locales, les communes

## MODE DE COMMUNICATION

- Selon le plan de communication établi

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Matériel pour les animations, pour les affichages
	Chargé.e de communication, chargé.e de prévention, animateurs, brigade verte saisonnière
€	Réalisation des supports de communication

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite entre les différentes directions internes en lien avec cette action et les acteurs du tourisme
- Le travail préalable avec les partenaires en amont de la saison touristique, dès septembre idéalement pour l'été suivant, est essentiel pour présenter le projet, sensibiliser les partenaires, et notamment les campings, prévoir les budgets d'aide si nécessaire
- Penser les outils de communication en amont, en fonction de l'origine des vacanciers sur le territoire concerné pour anticiper les besoins de traduction des supports de communication et éventuellement les habitudes de tri selon les pays (Ex : bouteilles plastiques consignées en Allemagne)

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'acteurs du tourisme rejoints
- Types de communication mises en place

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 2.8 Accompagner les entreprises dans leur démarche RSE

Objectif : Sensibiliser et accompagner

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : DMA produits par l'entreprise

Public visé : Toute entreprise de moins de 100 salariés située sur le territoire de SMA

### CONTEXTE

'Le registre du commerce dénombre 6 500 entreprises sur le territoire de Saint-Malo agglomération dont 4 500 comptent moins de dix salariés' indique Dominique de La Portbarré, le vice-président de Saint-Malo agglomération, en charge de l'attractivité économique et de l'emploi.

Les TPE et les PME de moins de cent salariés ne bénéficient pas toujours des structures pour évoluer sur le plan des responsabilités sociales (RSE). Pour les aider, Saint-Malo agglomération souhaite accompagner les entreprises dans leur démarche de réduction de leurs déchets ménagers et assimilés (DMA).

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Soutenir les entreprises dans la mise en œuvre ou l'amélioration de leur démarches RSE (responsabilité sociétale des entreprises) dans un objectif de réduction de leur DMA

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Soutien de SMA vers les entreprises qui sont dans une démarche RSE au niveau de leur DMA
- Soutien qui s'intègre dans le cadre du projet territoire de SMA
- Permet d'avoir connaissance des entreprises engagées dans une démarche RSE et de leurs projets
- Intégration des entreprises dans une démarche globale commune de transition écologique

#### Les –

- Difficulté à diffuser cette information aux petites entreprises
- Un.e chargé.e RSE à recruter
- Un temps d'accompagnement avec chaque entreprise limité
- Vigilance à ne pas faire le travail pour l'entreprise mais bien un accompagnement dans un objectif d'apprentissage et d'autogestion par la suite.

### ETAPES CLES

Echange avec l'entreprise pour l'accompagner dans les étapes suivantes :

- Définir son cadre RSE dans la réduction des DMA
- Formaliser sa stratégie dans sa politique interne
- Recenser ses activités et processus liés aux DMA
- Pour chaque activité, il s'agit d'identifier les impacts de l'entreprise sur son écosystème
- Définir des objectifs bien définis
- Définir et mise en œuvre d'actions pour une réduction des DMA
- Evaluer sa performance RSE et la communiquer

- Pour l'étape 6. *Mise en œuvre d'actions*, SMA a lancé un dispositif d'aide financière depuis juillet 2023. Toutes les informations pour les critères d'éligibilité ainsi que la constitution de dossier sont accessibles sur le site de SMA Agglomération :



<https://www.stmalo-agglomeration.fr/accompagnement-des-entreprises-dans-leur-demarche-rse/>

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Direction Economie de SMA

**PARTENAIRES** : Les entreprises locales, les acteurs de l'entrepreneuriat locaux, les acteurs de diffusion de l'information

#### MODE DE COMMUNICATION

- Diffusion de l'information sur le site de SMA, les réseaux, la presse, les acteurs de l'emploi et de l'entrepreneuriat, les pépinières d'entreprise

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Chargé.e de mission RSE à recruter
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Une procédure d'accompagnement bien structurée (audit, documents outils, temps de travail, groupe de travail, ...)
- Un temps d'accompagnement par entreprise minimal nécessaire
- Accompagner mais ne pas faire le travail d'un consultant

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'entreprises soutenues
- Performance de réduction des DMA

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 3.1 Promouvoir et valoriser les alternatives aux apports de végétaux en déchetterie

Objectif : Valoriser

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : Déchets verts de jardin

Public visé : propriétaire de jardin et service espace vert des communes

### CONTEXTE

Les déchets verts, ce n'est pas une mince affaire... Ils s'accumulent rapidement dans votre jardin et vous obligent à de fréquents allers-retours à la déchetterie (+ de 10 000 tonnes\* de déchets verts ont été apportées sur les déchetteries du territoire en 2022, soit plus d'1/3 du tonnage total collecté tous flux confondus).

Mais saviez-vous qu'il existe plusieurs techniques simples pour leur donner une seconde vie ?

Ces techniques simples vous permettront :

- D'agir pour l'environnement (seconde vie pour vos déchets, protection de la biodiversité, réduire la sécheresse, jardin zéro engrais, ressource potentielle pour votre composteur, ...)
- De gagner du temps (moins d'allers-retours à la déchetterie, moins d'entretien-engrais, d'arrosage...)
- De gagner de l'argent (moins de transport, d'engrais, réduction de la consommation d'eau, ...)

Et si vous êtes un peu patients, vos déchets verts deviendront une aussi ressource pour votre jardin comme apport pour le compostage

(\*données du rapport d'activité SMA 2022)

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Cette action vise à baisser les quantités d'apports de déchets verts en déchetterie, tout en réduisant l'utilisation et les déchets de produits phytosanitaires (engrais, emballages souillés).
- Facile et utile pour l'environnement et la protection de la biodiversité, cette action permet aussi de gagner du temps et de l'argent.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Une prise de conscience et une adhésion grandissante du public
- Une nouvelle image du beau jardin
- Une communication nationale et régionale sur les bénéfices du « jardinage au naturel »
- Un changement de pratique facile qui fait gagner du temps, de l'argent

#### Les –

- Nécessité de recruter un.e chargé.e biodéchet
- Nécessité de recruter un.e chargé.e communication dédié.e à la DCTD
- Nécessité de réfléchir au déploiement d'opérations de broyage ponctuelles ou de mise à disposition de broyeurs en location (déchetteries, communes...)
- Difficulté à rejoindre les occupants de maisons secondaires et de location de maisons de vacances avec jardin

### ETAPES CLES

- Communiquer sur les bienfaits du jardinage au naturel (actions2.1,3.1)

- Former aux bonnes pratiques du jardinage (guides et articles)
- Sensibiliser sur les bienfaits jardinage au naturel avec des ateliers ponctuels (compost, broyat, paillage, ateliers en déchetterie /au niveau de jardins partagés / des aires de composteurs collectifs / lors d'évènements 'marché aux fleurs'/ dans les écoles...) (action 2.4)
- Recommander de ne pas tailler les haies ni d'élaguer les arbres du 15 mars au 31 juillet (Office français de la biodiversité) pour ne pas déranger ou déloger les oiseaux pendant cette période cruciale pour leur cycle de vie)
- Informer le public de la distribution de composteurs individuels par SMA (action 6.1)
- Informer le public sur les solutions de broyage sur leur territoire s'il y a
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Le.la chargé.e biodéchets.

**PARTENAIRES :** Communes, prestataires (sensibilisation à l'utilisation de broyat et à la pratique d'un jardinage au naturel / broyage et gestion des broyeurs / valorisation des déchets verts) le.la chargé.e de communication

#### MODE DE COMMUNICATION

- Documents outils en réseau (Politique/chartre d'approvisionnement responsable, grille d'aide à la décision)
- Formation en interne auprès du personnel de l'agglomération et des communes (déchetterie, espaces verts, communication, animation)

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stand</li> <li>• supports d'information</li> <li>• guides pratiques</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• un.e chargé.e biodéchet</li> <li>• un prestataire (association de jardinage / compostage ...)</li> </ul>
€	<ul style="list-style-type: none"> <li>• impression des panneaux</li> <li>• rémunération du prestataire</li> </ul>

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Bonne communication initiale valorisant l'intérêt de l'éco-jardinage sur les réseaux de communication habituels
- Formation et sensibilisation (ateliers)
- Simplicité et fréquence des opérations (problème de saisonnalité qui implique d'agir dans plusieurs endroits sur des périodes courtes)
- Accompagnement à la bonne utilisation du broyat

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'ateliers de formation « jardinage au naturel » et nombre de personnes formées
- Tonnage « Déchets verts » en déchèterie

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023			2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030				
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T		
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 3.2 Promouvoir et valoriser le réemploi des objets et leur réparabilité sur le territoire

Objectif : Valoriser

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : 2<sup>nd</sup>e vie des produits

Public visé : tout public, acteurs du réemploi et réparation, ESS, communes, professionnels

### CONTEXTE

Encore beaucoup de produits jetés ou amenés en déchetteries sont des objets qui auraient pu être réparés ou détournés de la benne par le réemploi.

Allonger la durée de vie des produits ou leur donner une 2<sup>nd</sup>e vie permet pourtant d'alléger leur impact environnemental en optimisant leur utilisation.

Pourtant, les dynamiques du réemploi et de la réparation, éparses et micro-locales fleurissent. Ces initiatives peinent souvent à changer d'échelle et leur pérennité est parfois menacée.

Le soutien de la collectivité est importante auprès des acteurs du réemploi et de la réparation tout en sensibilisant les habitants à de nouvelles pratiques

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Promouvoir le réemploi et la réparation des objets
- Intégrer les acteurs du réemploi et de la réparation sur la cartographie dédiée (action10.4)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Instaurer une culture du réemploi et de la réparation
- Faciliter l'information aux habitants sur les acteurs du réemploi et de la réparation du territoire
- Réduire les apports en déchetterie et plus globalement réduire les DMA
- Promouvoir et développer une synergie avec et entre les acteurs du territoire

#### Les –

- Peu d'acteurs recensés dans la réparabilité
- Mise à jour de la cartographie importante mais chronophage

### ETAPES CLES

#### Promouvoir le réemploi et la réparation des objets

- Sensibiliser et informer, en lien avec les acteurs professionnels concernés, les habitants aux intérêts environnementaux, économiques et sociaux du réemploi et de la réparation, tout en les mobilisant pour qu'ils modifient leurs pratiques (action2.1, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 4.1, 4.2). Quelques exemples :
- Développer une communication spécifique sur la réparation et le réemploi (action2.1)
- Promouvoir les sites de troc, d'échanges, de consommation collaborative (action 10.2)
- Mettre en place des ateliers de réparation et des repair cafés (action2.4)

- Organiser un évènement annuel pour promouvoir les acteurs de la réparation et du réemploi (repar'acteur, association ...) auprès du grand public
- Soutenir les associations et acteurs du réemploi et de la réparation (action 10.2, 10.4)
- Faciliter la création de synergies entre acteurs afin de favoriser l'émergence d'actions communes sur le territoire (action 10.2)

#### Intégrer les acteurs du réemploi et de la réparation sur la cartographie dédiée (action 10.4)

- Lister les acteurs du réemploi et de la réparation du territoire (action 10.2)
- Intégrer les données des cartographies des partenaires aux données SMA (cartographie des Répar'Acteur de la Chambres des Métiers et de l'Artisanat, de Refashion, ...)
- Mise à jour annuelle
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargée de prévention.

**PARTENAIRES** : Chargé.e de communication, service SIG, les acteurs du réemploi et de la réparation, les ESS, les réseaux nationaux

#### MODE DE COMMUNICATION

- Communication indiquée sur les fiches de l'axe2

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne des agents des différents service (prévention, SIG, communication, animation)
€	Animations et ateliers

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration avec les différents acteurs
- Inculquer une culture du réemploi et de la réparation
- Une accessibilité facile et intuitive aux informations pour les habitants
- Un fort encouragement pour acquérir du matériel de 2<sup>nde</sup> main
- Valorisation des actions et évènements réalisés sur le territoire

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'acteurs du réemploi et de réparation sur le territoire
- Nombre de communes concernées par un évènement autour du réemploi et de la réparation
- Apports volontaires et tonnage réemployé dans les recycleries du territoire (indicateur action 10.1)

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025		2026				2027				2028				2029				2030					
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T				
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 4.1 Intégrer la prévention aux campagnes de communication portant sur la gestion des déchets

**Objectif :** Mutualiser les outils et informations

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de la SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

Une campagne de sensibilisation à la réduction des déchets constitue l'une des premières actions menées dans le cadre du PLPDMA. Une campagne de communication axée sur la prévention a été lancée en janvier pour l'année 2024.

Un plan de communication sur la prévention des déchets pour les prochaines années va être établi (action 2.1). Il est toutefois important de faire corrélérer les différentes campagnes de communication pour un plus grand impact et une meilleure cohésion et cohérence.

L'intégration de la prévention aux campagnes de communication portant sur la gestion des déchets va permettre cette cohérence.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Diffuser des messages de prévention via les canaux traditionnels déjà existants (campagnes de communication portant sur la gestion des déchets)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Capacité de diffusion très large
- Dispositifs de communication déjà existants
- Entrecroisement des 2 campagnes

#### Les –

Eviter la confusion entre la collecte/tri et la prévention/réduction des déchets

### ETAPES CLES

- Relier la campagne de communication de prévention à la campagne de communication de gestion des déchets
- Définir les messages à porter
- Définir les périodes de diffusion (en lien avec les périodes importantes : Protection des haies pour la nidification, période estivale, période de broyage, période des calendriers, événement tel la Semaine Européenne de Réduction des déchets...)
- Définir les visuels
- Définir les canaux et supports de diffusion
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS :** chargé.e de communication

**PARTENAIRES :** Chargée de prévention

## MODE DE COMMUNICATION

- Communication usuelle sur les différents supports utilisés par la communication gestion des déchets

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Chargé.e de communication, direction collecte DCTD
	Supports de communications (Affichage BOM, calendrier, ...)

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Diffusion massive de la campagne
- Définition de messages simples et appropriable par le grand public
- Ton humoristique

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de campagnes de communication qui ciblent la prévention des déchets

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T		
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 4.2 Mobiliser des publics convaincus pour être relais et porteurs des sujets de prévention auprès de la population

**Objectif :** Mutualiser les outils et informations

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** DMA

**Public visé :** Grand public et acteurs du territoire

### CONTEXTE

Si de plus en plus d'habitants se disent attentifs à la prévention, nombre d'entre eux n'adoptent toujours pas les changements de pratiques adéquats à une réduction des déchets.

Manque de motivation ou de temps sont autant de freins au changement qu'il faut pouvoir lever afin d'inciter le grand public à adopter des comportements plus vertueux.

Le changement de comportement se définit par l'adoption de nouvelles pratiques de vie et de consommation. Mais pour rompre avec des années d'habitudes, d'idées reçues parfois injustifiées, les acteurs doivent mener un travail pédagogique de fond, souvent sur le long terme.

Obtenir du grand public un changement de pratique passe par plusieurs étapes, dont la communication et l'information représentent un levier essentiel. Or, ces messages en faveur d'un changement de pratique ne sont recevables et acceptés que s'ils se justifient et le rôle des publics convaincus (les ambassadeurs) vont dans ce sens.

Leur engagement est souvent vecteur de valorisation et de motivation pour les personnes n'ayant pas encore passé le pas.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Mobiliser des publics convaincus pour être porteurs des sujets de prévention (ambassadeurs) auprès de la population
- Valoriser les initiatives concrètes des ambassadeurs relais

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Efficacité de la promotion des actions de prévention par la pédagogie et l'humain
- Développement de canaux de communication et de diffusion externe à SMA déjà existant
- Renforcer le lien social entre les acteurs et la population dans un objectif commun

#### Les –

Difficulté à mobiliser sur le long terme



## ETAPES CLES

- Inviter les participants à chaque événement et les partenaires en lien avec le PLPDMA à être relais dans la démarche du PLPDMA et en faire des ambassadeurs relais auprès du grand public
- Répertorier les acteurs dans la base de données interne du service prévention pour diffusion de message / événements de prévention (action2.4) dans leur réseau respectif
- Répertorier et cartographier les initiatives concrètes qui existent sur le territoire via les événements (action2.5) et les partenariats avec les acteurs du territoire (10.2) pour les valoriser
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** chargé.e de prévention

**PARTENAIRES :** Les acteurs locaux, le conseil citoyen des quartiers prioritaires, chargé.e de communication, chargée de prévention, animateurs du service aux usagers de la DCTD du

## MODE DE COMMUNICATION

- Site internet et réseaux sociaux pour le répertoire et la cartographie des initiatives sur le territoire
- Réseaux des ambassadeurs
- Communication détaillée dans l'Axe2

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Stands animations, atelier (action2.4,2.5)
	Temps interne des agents pour le groupe de travail : 80 h la 1 <sup>ère</sup> année puis 20 h/an
€	N/A

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Répertorier la liste d'acteurs relais (mailing liste)
- Bonne articulation avec les messages et la diffusion des messages aux ambassadeurs
- Valoriser les initiatives concrètes

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Base de données des personnes relais

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 4.3 Mutualiser les supports de communication et d'informations aux 18 communes de SMA

**Objectif :** Mutualiser les outils et informations

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** Déchets produits  
par les administrations publiques

**Public visé :** élus et agents de la SMA  
tous services confondus

### CONTEXTE

La communication est un véritable levier des changements de pratiques comme l'explique l'ADEME : « À travers la communication, il s'agit donc d'impulser une véritable culture de la prévention des déchets ainsi qu'un véritable passage à l'acte, ce qui implique des changements de comportement pour beaucoup d'acteurs, dont les citoyens (ex. : achat de biens d'occasion vs achat de biens neufs). ».

La mutualiser des supports de communication et d'informations aux 18 communes peut permettre d'assurer à la fois :

- du contenu pour les habitant.e.s souhaitant réduire leurs déchets
- la diffusion d'information sur les actions mises en place par les communes

De plus, la mutualisation de supports et outils de communication dédiés à la réduction des déchets prend tout son sens dans un objectif d'économie circulaire et de mutualisation des ressources.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Mutualiser les supports de communication et d'informations aux 18 communes de SMA pour diffusion aux habitant.e.s
- Faire remonter les informations des communes pour rediffusion par SMA au sein des communes (action2.3) et aux habitant.e.s (actions de l'axe2)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Renforcer la communication dans une approche commune
- Faire des économies à moyen et long terme
- Homogénéiser l'information diffusée
- Valoriser les actions des communes

#### Les –

- Nécessité de recruter un.e chargé.e de communication
- Le partage des supports de communication doit être acceptée par la commune
- Nécessité d'une communication bidirectionnelle pas toujours simple à mettre en place dans la réalité

### ETAPES CLES

- Créer un groupe de travail avec les communes, le service communication de SMA et le service prévention afin de définir une procédure adéquate et pérenne à une diffusion transversale des supports de communications et d'informations aux communes
- Avoir une rencontre annuelle afin de modifier, bonifier la procédure si nécessaire
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargé.e de communication

**PARTENAIRES** : Chargé.e de prévention, communes et leurs référents

## MODE DE COMMUNICATION

- Supports de communication numérique
- Lettre informative

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Chargé.e de communication
€	Temps interne des agents. Budget alloué pour la communication et aux outils dédiés

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le service communication et les communes
- Procédure simple et efficace du partage des outils

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de communes utilisant les outils partagés de SMA
- Nombre de partage d'informations des communes à SMA

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

# AXE LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

## Action 5.1 Valoriser les bons gestes de lutte contre le gaspillage alimentaire dans les restaurations scolaires

**Objectif :** Sensibiliser à la lutte contre le gaspillage alimentaire

■ A l'étude ■ A réaliser □ En cours □ Réalisée □ Abandonnée

**Flux visé :** déchets produits  
par les restaurations scolaires

**Public visé :** les restaurations scolaires, les  
établissements scolaires, la cuisine centrale

### CONTEXTE

Que les aliments n'aient pas été consommés, produits en trop grande quantité ou bien éliminés lors de la phase de production, on estime le gaspillage alimentaire entre 150 et 200 g \* par personne. Pour réduire ce gaspillage, depuis 2015 avec la loi de transition énergétique et dans le cadre de la loi Egalim d'octobre 2018, les collectivités et acteurs de la restauration scolaire sont tenus d'adopter une démarche anti-gaspillage alimentaire au sein des cantines d'ici 2025.

Sans avoir attendu la loi Egalim, nombreux sont ceux ayant initié des actions de prévention et de réduction du gaspillage alimentaire. Le partage des connaissances et bonnes pratiques a pour vocation de féliciter et reconnaître le travail accompli tout en permettant leur essaimage auprès de l'ensemble des établissements.

\* « Réduire le gaspillage alimentaire », ADEME, Mars 2018

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Valoriser les bons gestes par la diffusion des bonnes pratiques sur les différents réseaux de communication du territoire
- Créer un guide des bonnes pratiques grâce à la mise en relation et aux savoirs des différents acteurs dans un but d'amélioration continue et de partage de connaissances et de pratiques
- Diffuser les outils créés aux acteurs de la restauration scolaire

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Reconnaissance et participation synergique entre les acteurs de la restauration scolaire
- 'Tirer vers le haut' les bonnes pratiques
- Intégrer ces valeurs aux écoliers dès le plus jeune âge

#### Les –

- Difficulté de recueillir les données et pratiques des différentes restaurations scolaires

### ETAPES CLES

- Création d'un groupe de travail intégrant les différents acteurs de la restauration scolaire et de la lutte contre le gaspillage
- Création d'un guide de bonnes pratiques issus d'un travail collaboratif et diffusable à tous
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargée de mission PAT de SMA

**PARTENAIRES :** Les prestataires des restaurants scolaires, SMA (service prévention des déchets, service communication)

#### MODE DE COMMUNICATION

- Guide de bonnes pratiques
- Communication de valorisation des bonnes pratiques
- Intégrer les résultats de réduction contre le gaspillage alimentaire dans le rapport annuel PLPDMA pour diffusion auprès de tous

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Chargée de mission PAT
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec les différents acteurs
- Mise en cohérence et bonne articulation pour la création des outils et procédures
- Valorisation les actions existantes dans la restauration collective et scolaires tant en interne (établissements scolaires, de santé, ...) qu'en externe auprès du grand public

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Quantité d'OMR produit dans les restaurations scolaires
- Nombre de restaurations scolaires ayant une tri-gestion des déchets (recyclage, OMR et biodéchets)

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 5.2 Faciliter la mise en place d'un maillage pour un dispositif de redistribution alimentaire aux étudiants

**Objectif :** Sensibiliser à la lutte contre le gaspillage alimentaire

☒ A l'étude ☐ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** Barquettes alimentaires sous froid non consommées émis par la cuisine centrale

**Public visé :** Les étudiants

### CONTEXTE

Une initiative commencée lors la période 'Covid' a permis de redistribuer des barquettes de cantines scolaires non consommées aux étudiants. Cette initiative, basée sur du volontariat est à l'origine de cette action pour relancer cette démarche de façon pérenne et structurée.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Accompagner la mise en place d'un système pérenne et structuré de la redistribution des barquettes de cantine non ouvertes à date de péremption J+1 pour leur redistribution aux étudiants

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Réduire le gaspillage alimentaire des restaurations scolaires
- Proposer aux étudiants des mets préparés à bas cout / gratuit
- Aide à la gestion de projet

#### Les –

- Mise en relation des différents acteurs difficile à long terme avec un porteur de l'action 'changeant'
  - Périodes scolaires (vacances)
  - Un roulement de personnes contact (associations étudiantes)

### ETAPES CLES

- Référencer les acteurs à mettre en contact
- Permettre la rencontre initiale entre les différents acteurs pour étudier les opportunités d'action et d'intégration de la question de la redistribution alimentaire et les lancer dans cette démarche (Rencontres de travail, déterminer la modalité de distribution (point fixe ou itinérant), déterminer les moyens logistiques, les lieux, les procédures de collecte et de maintien du froid, ...)
- Aider le projet avec les outils de communication de SMA et son réseau
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Développeuse enseignement supérieur SMA

**PARTENAIRES :** les associations étudiantes (association étudiante Corsaire Solidaire (épicerie solidaire), ...), la direction économie, enseignement supérieur et tourisme, le département communication, le département PAT, les cuisines collectives, les restaurations scolaires

## MODE DE COMMUNICATION

- Communication avec les associations étudiantes et en interne au sein des établissements universitaires, valorisation en externe

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Temps interne de la Développeuse - enseignement supérieur et emploi chez SMA
€	N/A

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Prise en compte des spécificités du public (lieux de vie, saisonnalité, relais)
- Périmètre et gouvernance des actions à clarifier et organiser avec les associations étudiantes et les autres structures
- Bonne articulation avec les messages et supports développés
- Valorisation des actions existantes en interne comme en externe

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de plats distribués

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4



# AXE DECHETS VERTS ET BIODECHETS

## Action 6.1 Renforcer les dotations pour les maisons individuelles

**Objectif : Développer le compostage individuel**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les biodéchets produits  
par les habitants

**Public visé :** Habitat pavillonnaire disposant  
d'un espace vert

### CONTEXTE

Depuis 2009, Saint-Malo Agglomération (SMA) a accompagné le développement du compostage domestique en accordant une aide financière à l'achat de composteur individuel. Depuis le 1er janvier 2024, le tri à la source des biodéchets est devenu la règle pour les particuliers.

Saint-Malo Agglomération s'est engagée à poursuivre cette démarche en permettant à chacun de disposer d'une solution adaptée à sa situation : 5600 composteurs individuels pourront ainsi, pour l'année 2024, être gratuitement récupérés, sur réservation.

Afin d'encourager les riverains à réduire leurs déchets, Saint-Malo Agglomération accompagne ainsi le développement du compostage domestique en fournissant du matériel gratuit.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Offrir à tout foyer le désirant et habitant en habitat pavillonnaire avec une espace vert supérieur à 100 m2 sur le territoire de SMA, un composteur individuel.
- Offrir 3500 composteurs individuels par an.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Se conformer à l'obligation de tri à la source des biodéchets au 1<sup>er</sup> janvier 2024
- Accompagner le développement du compostage domestique
- Diminuer la quantité de déchets à traiter
- Utiliser la distribution pour proposer une enquête-questionnaire aux habitants sur leurs connaissances et habitudes concernant la gestion des biodéchets (action 6.2)

#### Les –

- Manque de retour de données sur les biodéchets mis en compost par les habitants
- Manque de retour sur la bonne connaissance du compostage.

### ETAPES CLES

- Information des habitants de la démarche
- Création d'un système en ligne de réservation selon des créneaux horaires prédéfinis (créneaux intégrant le samedi)
- Acceptation et validation de la demande par SMA

- Distribution du composteur avec formation. Des guides sont également mis en ligne pour une consultation ponctuelle. Le lieu de distribution est le siège de la Direction de la Collecte des Déchets.
- Sensibiliser et informer les citoyens sur la prévention et réduction des déchets
- Intégration des données via le logiciel STYX
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Saint-Malo Agglomération DCTD

**PARTENAIRES** : Les fournisseurs de composteurs, les services communication et informatique de SMA, l'accueil numéro vert

#### MODE DE COMMUNICATION

- Information sur le site internet et des réseaux de SMA, via des articles de presse
- La distribution peut être un lieu pour sensibiliser et informer les citoyens sur la prévention et réduction des déchets mais aussi pour effectuer une enquête des pratiques

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Un lieu de stockage, un accès et parking voiture pour les habitants, des affichages de signalisation
	1 agent pour la validation (2h/semaine) et 1 agent pour la distribution (5 j/semaine) avec information à l'habitant Temps agent en informatique et communication
€	Achat des composteurs et accessoires

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le service de communication et informatique
- Mise en cohérence de la procédure de distribution
- Bonne cohérence avec les fournisseurs de composteurs
- Intégration des données (nombre de composteurs, communes et quartier de résidence)

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de foyers bénéficiant d'un composteur offert
- Localisation des foyers bénéficiant d'un composteur offert

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 6.2 Réaliser des enquêtes sur l'utilisation des composteurs

**Objectif : Développer le compostage individuel**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** biodéchets produits  
par les habitants

**Public visé :** Foyer disposant d'un  
composteur individuel

### CONTEXTE

Le compostage à domicile vise à réduire les déchets ainsi que les pollutions liées à leur déplacement et à leur traitement. Il permet également de considérer les biodéchets comme une ressource et non plus comme un déchet. Cette pratique implique de gérer ses déchets soi-même, non loin du domicile. Des enquêtes vont permettre d'analyser ces pratiques de compostage de proximité pour mieux accompagner cette volonté de participer à la réduction des déchets.

Ces enquêtes vont également permettre de mieux estimer la volonté d'intégrer une pratique individuelle de réduction des déchets et d'optimisation des ressources. Elles permettront de valoriser l'engagement actif des habitants pour un milieu de vie plus économe en ressources et moins polluant.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Effectuer des enquêtes ponctuelles axées sur des thèmes précis.
- Un sondage lors de la prise de possession d'un composteur individuel va permettre de connaître le nombre et les lieux des foyers possédant un composteur individuel offert (action 6.1)
- Un sondage lors d'événements va permettre de sensibiliser via des stands d'animation des habitants non connaisseurs et faire remonter les freins à cette pratique (action 2.4, action 2.5)
- Effectuer une enquête annuelle permettra aux participants volontaires de :
  - S'impliquer activement en participant à un questionnaire annuel sur la thématique du compostage.
  - Participer aux opérations d'évaluation en pesant la quantité de biodéchets détournés grâce à l'utilisation de leur composteur sur une durée de 3 semaines
  - Faire remonter des données et informations à SMA pour mieux accompagner cette pratique
  - Diffuser les résultats des enquêtes auprès de la population et des élus (action 2.1, action 2.3)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Des liens avec les habitants du territoire
- Une eco-participation des habitants
- Une valorisation de l'implication des habitants
- Une remontée de données spécifiques au territoire
- Visibilité de l'engagement de SMA

#### Les –

- Vigilance sur le nombre d'enquêtes

### ETAPES CLES

- Etablir les questionnaires et les documents de réception des données et d'analyse (domaine de l'étude, public ciblé, lieu, période, objectif de l'étude)
- Etablir un calendrier d'événements physiques ou virtuels pour participation (Exple : un questionnaire plus spécifique sur les biodéchets a été ajouté à la consultation publique en ligne du PLPDMA de 2024)
- Lister les volontaires participatifs pour une enquête sur plusieurs années
- Animer autour de l'enquête
- Recueillir les données, traiter et analyser les informations
- Intégrer les données dans un document de données dédié et rédiger un rapport bilan
- Diffuser les résultats de l'étude à diffuser auprès des publics concernés

- Intégrer les données et indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Chargé.e de mission biodéchets

**PARTENAIRES** : Les animateurs de prévention des déchets, l'agent de distribution des composteurs, chargé.e de communication, chargée de prévention, service relation aux usagers, associations

#### MODE DE COMMUNICATION

- Information sur le site internet et des réseaux de SMA, sur le magazine de SMA, les articles de presse, les supports de communication des communes

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Stand d'animation lors d'évènements. Des écrans connectés pour les formulaires en ligne en extérieur.
	1 chargé.e de mission biodéchets pour l'élaboration des enquêtes et leurs analyses ainsi que pour la gestion de la liste de participants volontaires 1 agent (pour la distribution des composteurs individuels) et des animateurs pour les stands d'animation lors d'évènements
€	Outils d'animations lors d'évènements (action 2.5)

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite entre les animateur.rice.s, le.la chargé.e de biodéchets, et la communication
- Mise en cohérence des outils et procédures pour des documents pratiques et utiles pour la réception et l'analyse des données
- Bonne articulation avec les messages et communications apportées
- Valorisation des actions existantes

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de retours d'enquête
- Nombre de participants volontaires

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
T T T T	T T T T	T T T T	T T T T	T T T T	T T T T	T T T T	T T T T
1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	T1 T2 T3 T4

## Action 7.1 Développer et pérenniser les aires de composteurs collectifs sur l'espace public

**Objectif : Développer le compostage collectif de proximité**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les biodéchets produits par les habitants

**Public visé :** Habitat pavillonnaire disposant d'un espace vert

### CONTEXTE

Le compostage collectif permet de sensibiliser les citoyens à trier et à valoriser leurs biodéchets, tout en permettant de réduire la part de biodéchets présents initialement dans les OMR.

Suite à une expérimentation de 9 aires de compostage collectifs créés en 2022 par les Marteaux du Jardin, 4 nouvelles aires ont été prévues pour fin 2023. Il est estimé à une moyenne de 5 à 10 nouvelles aires de compostage collectif via la ou les associations sélectionnées pour cette démarche pour chaque année à venir.

Un site de compostage partagé est plus qu'une solution pour gérer les biodéchets. c'est un lieu de vie convivial et de partage entre habitants.

Au-delà du détournement des biodéchets, le compostage collectif a également une vertu pédagogique : il doit permettre de casser les idées reçues (nuisances olfactives...), donner envie aux habitants de composter leurs déchets (individuellement ou collectivement) et favoriser l'acquisition des bons gestes par le plus grand nombre.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Promouvoir l'installation de sites de compostage partagé (sur l'espace public) et accompagner la mise en œuvre d'initiatives de compostage portées par des associations locales.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Apporter une solution supplémentaire de tri à la source des biodéchets aux habitants et se conformer à l'obligation de tri à la source des biodéchets au 1<sup>er</sup> janvier 2024
- Accompagner le développement du compostage partagé
- Diminution de la quantité de déchets à traiter
- Renforcer la communication et la sensibilisation auprès des usagers
- Utiliser la distribution pour proposer une enquête-questionnaire aux habitants sur leurs connaissances et habitudes concernant la gestion des biodéchets

#### Les –

- Nécessité de recruter un.e chargé.e biodéchet
- Nécessité de recruter un.e chargé.e de communication
- Difficulté d'approvisionnement de composteurs (très en demande et délai de livraison)
- Manque de retour sur le nombre de citoyens utilisant l'aire de compostage collectif
- Développer des aires en prenant bien en compte sa pertinence de lieux et d'utilisation

- Créer des lieux de partage et de vie convivial entre habitants

## ETAPES CLES

- Accompagner l'installation des nouveaux sites de compostage collectifs :
  - Recensement des demandes (SMA)
  - Diagnostic de faisabilité (Associations)
  - Rencontre avec les communes (Associations)
  - Réunion d'information auprès des citoyens pour les informer de la démarche (Associations)
  - Recherche de référents (Commune)
  - Formation des référents de site (Associations)
  - Fournir les composteurs et outils afférents (brass'compost, ...) (SMA)
  - Fournir les affichages pour l'aire de compostage (SMA)
  - Entretien des aires de compostage (Associations)
  - Coordination et suivi du travail des référents (Associations)
  - Gestion du compost obtenu (Associations)
  - Suivi des sites (Associations ; SMA)
    - Bilan trimestriel sur document partagé en ligne et rapport annuel (Associations ; SMA)
    - Communication autour des aires installées
    - Mise à jour régulière d'une cartographie des aires de compostage qui serait disponible sur le site (SMA)
    - Amélioration continue annuelle
  - Intégration des données indicateurs sur annuellement
- Entretenir les aires existantes (Associations)
- Réaliser des animations évènements sur les sites de compostage partagés (apéro-rencontre, formation au compostage et au jardin au naturel ponctuellement et/ou à des dates existantes (jour de la terre, Tous au compost, Compost'tour, Rdv aux jardins, Semaine européenne de la réduction des déchets, Semaine européenne du développement durable, ...) (Associations ; SMA ; Communes)
- Communiquer sur les bénéfices des aires de compostage

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES

**PORTEURS** : le.la chargé.e biodéchets SMA

**PARTENAIRES** : Les communes, les associations locales de compostage, les fournisseurs d'équipements, acteurs intervenant sur la dimension « Broyat », les citoyens

## MODE DE COMMUNICATION

- Information sur le site internet et des réseaux de SMA, via des articles de presse
- L'aire de compostage partagé est un lieu pour sensibiliser et informer les citoyens sur la prévention et réduction des déchets verts et biodéchets
- Augmenter la visibilité des sites existants grâce à la mise à jour régulière d'une cartographie qui serait disponible sur le site

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS



Bacs, brass compost, tamis, fourche aératrice, gants, panneaux de communication (sauf broyat)



Chargé.e biodéchet, chargé.e communication



Installation d'une nouvelle aire  
Achat et dépense pour les brass compost, tamis, fourches aératrice, gants, panneaux de communication par aire  
Entretien annuel d'une aire  
Animation d'une aire (Communication, Sensibilisation, ...)

### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite entre les associations de compostage, les communes et SMA
- SMA se veut l'acteur relais entre les différents acteurs
- La structure référente (association) assure la gestion autonome de chaque site
- Une bonne animation du réseau des référents de site pour maintenir la dynamique, identifier les difficultés et améliorer les pratiques
- Matériel et équipements disponibles (composteurs, affichage, matière sèche (broyat) disponible sur chaque site, outils de compostage)
- Bonne cohérence avec les fournisseurs de composteurs
- Intégration des données
- Une bonne communication pour la promotion et la valorisation du compostage dans la campagne de communication 2024 (action 2.1), avec des animations sur site, via les réseaux de communications usuels

### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'aires de compostage collectifs créées et en activité
- Estimation du tonnage détourné
- Nombre de référents formés
- Ratio de présence des biodéchets dans les OMR (caractérisations)

### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4



## Action 7.2 Inciter le développement du compostage collectif dans les campings

**Objectif : Développer le compostage collectif de proximité**

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les biodéchets produits dans les campings

**Public visé :** Les touristes dans les campings

### CONTEXTE

Saint Malo Agglomération est un territoire dynamique, attirant de nombreux touristes et concentre une majorité des hébergements touristiques du département. Ses sites et équipements de loisirs sont parmi les plus fréquentés, et le taux d'occupation des hébergements est plus élevé que la moyenne départementale.

Bien que le nombre de camping soit inférieur au nombre d'hôtels et meublés du territoire, soit 24 campings sur les 1400 lieux de résidences touristiques répertoriés, les campings représentent plus de 40 % de capacité d'accueil.

Les campings et les hébergements touristiques peuvent exercer une pression sur les ressources en eau, en énergie, en ressource et entraîner une mauvaise gestion des déchets. Les visiteurs y sont de plus en plus sensibles et de plus en plus nombreux sont ceux qui souhaitent partir en vacances dans des lieux écoresponsables.

Le compostage collectif est une demande de la part des propriétaires de camping qui y voient une réduction des déchets, une image d'engagement pour réduire les déchets et la pollution face à une demande et exigence croissante des visiteurs.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Faciliter au développement de la mise en place de composteurs collectifs au sein des campings municipaux et privés.
- Réaliser une installation d'aire de compostage collectif pilote au sein d'un ou plusieurs campings afin de réaliser un guide d'installation et de suivi adapté à ce lieu spécifique.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Une demande croissante des propriétaires et des visiteurs
- Prise de conscience des touristes de l'intérêt de la réduction des déchets et de la préservation de l'environnement
- Diminution de la quantité de déchets à traiter pour SMA
- L'aire de compostage collectif peut être un lieu pour sensibiliser et informer les visiteurs sur la prévention et réduction des déchets
- Sensibilisation des visiteurs
- Effet démonstrateur pour tous

#### Les –

- Adapter les dispositifs de compostage et le mode de suivi de l'installation à cette situation particulière
- Appréhension potentielle des nuisances et conséquences de mauvais usages et d'une mauvaise gestion

### ETAPES CLES

- Prise de contact avec les campings du territoire
- Etat des lieux des campings et pratiques de gestion de leurs végétaux et biodéchets.
- Sélection du ou des campings pilotes
- Etat des lieux plus spécifique (type d'emplacement –tente, mobil-home, nombre d'employés, ...) du ou des campings retenus
- Création d'un kit de matériel adapté au compostage collectif en camping (signalétique multilingue, bioseaux, bacs, outil de retournement, ...) et élaboration d'un protocole de suivi (fréquence, niveaux d'alerte, désignation d'un référent/d'un guide composteur,...)
- Création d'un kit information : flyer traduit en plusieurs langues, disponible à chaque nouvel arrivant.
- Formation des employés et référents du camping
- Mise en place de composteurs collectifs sur le ou les campings pilotes (sensibilisation et échanges avec les gérants, désignation de référent(s), installation matérielle, suivi, ...). Inauguration festive avec présentation du composteur pour chaque installation.
- Communication sur l'opération à l'accueil du camping et auprès des acteurs du tourisme (action 7.2)
- Suivi régulier du ou des campings et assistance aux référents
- Proposition de participation des visiteurs-utilisateurs par un questionnaire 'bilan expérience compostage collectif' à leur départ
- Bilan des retours d'expérience du ou des campings, stabilisation de la méthode de mise en place/suivi des composteurs et de la communication.
- Conférence de presse sur le bilan de l'opération
- Elargir la participation au compostage les années suivantes aux autres campings
- Intégration des données indicateurs sur annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargé.e biodéchets SMA, Stagiaire (mission de 5-6 mois)

**PARTENAIRES :** Les campings, le milieu touristique, Les fournisseurs de composteurs, les touristes, chargé.e de communication

#### MODE DE COMMUNICATION

- Information interne et externe au camping (site du camping et site internet et information lors des inscriptions)
- Information sur les réseaux de SMA, presse
- L'aire de compostage collectif peut être un lieu pour sensibiliser et informer les visiteurs sur la prévention et réduction des déchets

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Kit de matériel (composteurs et matériels de compostage) / kit d'information (guide, affichage, flyer) pour l'étude pilote
	1 Stagiaire durant 5-6 mois 1 chargé.e de prévention des déchets 1 chargé.e de communication
€	Kit matériel et kit information Rémunération pour le stagiaire

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec le camping pilote

- Prendre en compte la saisonnalité du projet
- Préparation en aval de la procédure d'installation
- Suivi rigoureux et bonne réactivité pour pallier les points problématiques lors de cette expérimentation et y apporter une solution

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Réduction des OMR et estimation des biodéchets mis en composteur
- Nombre de visiteurs participants à l'expérimentation

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 7.3 Inciter les communes à développer les installations de récupération de déchets verts dans les cimetières

**Objectif : Développer le compostage collectif de proximité**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les déchets dans les cimetières

**Public visé :** les jardiniers et visiteurs

### CONTEXTE

Les cimetières à l'heure de la transition écologique : Un lieu de recueillement dont les codes classiques évoluent tout en prenant mieux en compte les valeurs écologiques.

Les cimetières sont des lieux où la commune est appelée à gérer des déchets spécifiques. Ce sont majoritairement des déchets verts apportés par les particuliers mais aussi par les jardiniers au cours de leurs différentes missions d'entretien :

- terre et terreau de plantes en pot,
- plantes fanées (tiges, feuilles et racines), herbe coupée, branchage
- matières plastiques (pots de fleurs, fleurs artificielles, emballages...),
- pots en terre cuite, ...

On encourage depuis longtemps les usagers à réduire et mieux valoriser les déchets chez eux, pourquoi ne pas le faire aussi à l'extérieur ? Une part importante de déchets pourrait faire l'objet d'actions de prévention, de compostage, et de recyclage.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Cette fiche pratique est conçue pour aider à mettre en place de bonnes pratiques de réduction des 'déchets' au niveau des cimetières.
- Sont majoritairement concernés les 'déchets' verts laissés par les personnes pour l'entretien des tombes de leurs proches mais aussi pour l'entretien du cimetière. Des déchets verts qui deviendraient des ressources.
- Une démarche vers un cimetière écologique peut être réfléchi par la commune.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Développer un dispositif de gestion de proximité des déchets végétaux, dans les lieux à forts potentiels comme les cimetières
- Une demande et une acceptation de plus en plus présente
- Les déchets verts peuvent être vus comme des ressources vertes
- La loi « zéro phyto », entrée en vigueur en juillet 2022 est une contrainte qui peut être tournée en avantage
- Augmentation de la biodiversité
- Un pas vers un cimetière écoresponsable au naturel

#### Les –

- Changement avec la tradition et les us en vigueur jusqu'à présent
- Les volumes importants de déchets verts peuvent être occasionnellement acheminés vers une plateforme de compostage autre si nécessaire

### ETAPES CLES

- Suivant la taille du cimetière et l'organisation de la commune, un bac de compostage peut être disposé à l'entrée du cimetière pour permettre aux usagers et jardiniers de déposer directement

les déchets verts dans le composteur. Un bac de broyat de branchage peut être mis à disposition des citoyens. Un bac de récupération de terre et terreau peut y être accoté pour réutilisation.

- Le compost obtenu peut être utilisé ou mis en distribution aux citoyens par la commune. Il en va de même pour le broyat.
- Il peut être mis à disposition des bacs de tri dans ou à proximité du cimetière permettant une collecte séparative des déchets spécifiques à ce lieu (pot, emballage, ...). Les visiteurs peuvent utiliser les pots ayant été mis de côté.
- Un panneau d'information (voire une communication supplémentaire dans le bulletin de la commune) est nécessaire pour accompagner cette démarche.
- Même s'ils tranchent avec la tradition et les us en vigueur jusqu'à présent, les cimetières naturels se multiplient ainsi doucement mais sûrement car ils présentent plusieurs avantages non négligeables aussi bien pour les particuliers que pour les collectivités (un débroussaillage et un désherbage manuel réduits, haies de Thuyas remplacés par des haies libres et fleuries, des plantes vivaces qui demandent un arrosage et un temps de taille et d'entretien réduit, des aires naturelles plutôt que des sentiers gravillonnés, des tontes différenciées, du broyat de bois pour pailler les massifs, des feuilles laissées sur place pour fertiliser les sols, réutiliser le bois comme refuge pouvant accueillir la faune (insectes, chiroptères ...), ...)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




PORTEURS : La commune

PARTENAIRES : Les associations de compostage, le.la chargé.e de communication SMA

#### MODE DE COMMUNICATION

- Information sur le site même par un affichage et sur les réseaux de diffusion de la commune (site internet, bulletin municipal, réseaux, ...)
- Information par des articles de presse

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Mise en place d'une aire de compostage, de réemploi, de tri avec un affichage explicatif
	Les agents de maintenance du cimetière et les espaces verts de la commune
	Affichage

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Une bonne communication en aval et sur le site de la zone de compostage
- Formation et sensibilisation des agents de la commune

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de communes ayant des installations de récupération dans leurs cimetières
- Taux de déchets (Quantité de compost créé / réduction des déchets ultimes)

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 7.4 Etudier et mettre en place les solutions de réduction à la source des biodéchets pour tous

**Objectif : Développer le compostage collectif de proximité**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les biodéchets produits par les habitants

**Public visé :** Habitat pavillonnaire disposant d'un espace vert

### CONTEXTE

Depuis le 1er janvier 2024, le tri à la source des biodéchets est devenu la règle pour les particuliers. Saint-Malo Agglomération (SMA) s'est déjà engagée depuis 2016 en aidant à l'acquisition de composteurs individuels et à la création de plusieurs aires de compostage collectif.

Afin de poursuivre cette démarche en permettant à chacun de disposer d'une solution adaptée à sa situation, SMA a demandé une étude à l'organisme 'Verdicité' afin de convenir d'un schéma de gestion, de collecte et de traitement des biodéchets à l'échelle du territoire.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Convenir d'un schéma de gestion, de collecte et de traitement des biodéchets à l'échelle du territoire en fonction des moyens et du profil du territoire. L'objectif de l'étude est également de maîtriser les coûts du SPPGD en intégrant le tri à la source des biodéchets.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Se conformer à l'obligation de tri à la source des biodéchets au 1<sup>er</sup> janvier 2024
- Un diagnostic du territoire aidé par les connaissances et données des agents de la DCTD (services de collecte, de prévention, de tarification, des déchetteries, ...)
- Des dispositifs de tri en fonction des moyens et du profil du territoire

#### Les –

- Des décisions à prendre pour un schéma de gestion pour la prochaine décennie, et plus.
- Une technologie de collecte des biodéchets en évolution

### ETAPES CLES

- Déroulé de l'étude

Octobre à décembre

Phase 1 : Diagnostic global du territoire et du service déchets

Janvier / Février

Phase 2 : Proposition de 2 scénarios de gestion des biodéchets

Février / Mars

Phase 3 : Approfondissement du scénario unique et élaboration du plan d'actions

#### Phase I : Diagnostic global du territoire et du services déchets

- Diagnostic
- Caractéristiques du territoire
- Tonnages et ratios collectés
- Gisement potentiel des biodéchets
- Missions du service de gestion des déchets
- Organisations en préventions et réduction des déchets

- Analyse financière du SPPGD
- Les leviers prioritaires
- Cotech#1
- Copil#1

### Phase II : proposition de 2 scénarios de gestion des biodéchets

- Questionnaire sur les pratiques du compostage (conjointement à la consultation publique du PLPDMA)
- Réunions de travail pour l'élaboration de 2 scénarios de gestion des biodéchets
- Etude des scénarios par Verdicité
- Récupération des réponses du questionnaire sur les pratiques du compostage
- Cotech#2 – 1ers résultats et validation des hypothèses (typologie d'habitat, ménages et professionnels, indicateurs, ...)
- Copil#2 – Restitution des éléments technico-économiques des 2 scénarios
- Choix d'un scénario à approfondir en Phase III

### Phase III : Approfondissement du scénario unique et élaboration du plan d'actions

- Scénario
- Cotech#3
- Copil#3

### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



PORTEURS : Saint-Malo Agglomération

PARTENAIRES : Verdicité

### MODE DE COMMUNICATION

- Etude et travail interne. Communication usuelle de travail
- Communication au public du scénario retenu et de la mise en place des actions

### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	NA
	Les membres du Comité technique de travail, du comité de pilotage et le bureau d'étude
€	Tarifs du bureau d'étude

### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Travail en collaboration étroite avec Verdicité
- Un engagement et une participation des élus (Cotech et Copil)
- Un diagnostic précis du territoire

### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Scénario validé

### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
T T T	T T T T T	T T T T T	T T T T T	T T T T T	T T T T T	T T T T T	T T T T T
1 2 3	4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	1 2 3 4 1 2 3 4	T1 T2 T3 T4

## Action 8.1 Refuser les déchets verts des professionnels

**Objectif : Limiter les apports de végétaux en déchetterie**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les déchets apportés en déchetterie

**Public visé :** Particuliers et communes de SMA (sauf dérogation particulière)

### CONTEXTE

Les déchetteries de Saint-Malo Agglomération (SMA) sont ouvertes aux particuliers et aux communes pour le dépôt sélectif de certains déchets non pris en charge par la collecte des ordures ménagères, ceci du fait de leur encombrement et/ou de leur nature. Leur accès est également autorisé par convention à certaines associations généralement dans un objectif de récupération en vue de réemploi.

L'accès aux professionnels et aux services d'aide à la personne, sont, quant à eux, non permis. Faute de contrôle d'accès autre que les agents sur place, les professionnels de SMA mais aussi des territoires limitrophes apportent une quantité non négligeable de déchets à traiter. L'apport de gravats et de déchets verts représentent 60 % du tonnage total collecté en déchetterie dont une partie provenant des professionnels.

Il a été validé l'installation de bornes d'accès badgées sur les 5 déchetteries de SMA afin de mieux contrôler l'accès aux seules personnes autorisées.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Cette action a pour objectif de mieux réduire et réguler les apports en déchetterie.

La mise en place du contrôle d'accès s'inscrit également dans la politique d'amélioration de la qualité d'accueil, de maîtrise des coûts et d'orientation des déchets vers les filières où ils pourront être le mieux revalorisés.

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Diminution forte des flux apportés en déchetterie
- Réduction des coûts de traitements des apports non autorisés
- Accès limité aux seuls habitants de SMA (sauf convention) en cohérence avec la redevance des habitants
- Privilégier la disponibilité des gardiens de déchetteries dans leur rôle de conseil pour accueillir et guider les habitants dans leur geste de tri.
- Réorientation des professionnels vers les structures spécialisées (traçabilité dorénavant imposée par la loi pour les déchets professionnels)
- Recueillir des données statistiques sur la provenance des utilisateurs, des déchets

#### Les –

- Difficulté à différencier les professionnels venant avec leur carte 'habitant'
- Forte demande d'inscription les 1ers mois
- Acceptation de ce changement de pratique
- Fraudes et abus possibles



déposés, du nombre de passages, etc. Cela permettra d'identifier et de prioriser les zones dans lesquelles des accompagnements sont nécessaires pour favoriser la fréquentation.

## ETAPES CLES

- Etude et choix des modèles de borne
- Préparation budgétaire
- Réalisation du cahier des charges
- Choix et validation du prestataire d'installation et entretien des bornes d'accès
- Travaux pour la mise en place des bornes
- Création d'une base de données avec un mode de saisie adéquat
- Tests de bon fonctionnement
- La formation des agents de déchetteries
- Une communication à l'entrée des 5 déchetteries et des différents réseaux de communication usuelles
- Validation d'un nombre de passage maximal
- Phase d'inscription des usagers pour le badge d'accès- Un badge par foyer avec vérification du lieu d'habitation
- Distribution des badges. Les badges sont numériques (QRCode) pour les appareils mobiles avec possibilité de récupération d'une carte physique.
- Réactualisation annuelle automatique du nombre de passage.
- Vérification du lieu de domicile tous les 2/3/4 ans (fréquence de vérification à définir)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Saint-Malo Agglomération (Direction collecte des déchets)

**PARTENAIRES** : Les prestataires d'installation des bornes d'accès, les prestataires de badges, le service informatique, le service de communication

## MODE DE COMMUNICATION

- Information à l'entrée des déchetteries, sur le site internet et des réseaux de SMA, via des articles de presse
- La distribution et réactualisation peut être un moment pour sensibiliser et informer les usagers sur la prévention et réduction des déchets (accès au guide jardin au naturel, lieux de réemploi, ...)

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	5 bornes d'accès et badges d'accès
	1 agent pour la distribution des badges d'accès et gestion annuelle 1 chargé.e de communication DCTD Les agents des déchetteries formés
€	Mise en place des bornes d'accès + distribution des badges + gestion annuelle Communication

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Communication pour partager les points forts de cette action aux usagers

- Recueillir des données statistiques sur la provenance des utilisateurs, des déchets déposés, etc. Cela permettra d'identifier et de prioriser les zones dans lesquelles des accompagnements sont nécessaires pour favoriser la fréquentation et la logistique sur le site.
- Etudier le nombre de passage par foyer et réfléchir à l'option de re-évaluer le nombre maximal de passage annuel en sensibilisant en parallèle à la réduction des déchets
- Etudier le nombre de fraudes pour adapter le système d'accès dans le futur (exemple : ajout d'une lecture automatique de la plaque d'immatriculation pour les passages nombreux d'un badgé)

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de badges donnés / renouvelés annuellement
- Nombre de passages en déchetterie
- Tonnage des flux entrants en déchetterie

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024		2025					2026				2027				2028				2029				2030				
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T			
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 8.2 Conseiller sur des végétaux adaptés

**Objectif : Limiter les apports de végétaux en déchetterie**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les déchets verts

**Public visé :** Grand public et autres producteurs de déchets verts (Particuliers en habitat individuel, Bailleurs sociaux, paysagistes, Communes, Ecoles, hôpitaux etc.)

### CONTEXTE

Déchets de tonte, déchets de taille, feuilles mortes, ...les déchets verts sont le premier apport en déchetterie.

Nous savons que ces déchets verts peuvent pourtant avoir une grande utilité au jardin (action 3.1) : éviter la pousse des herbes indésirables, réduire le besoin en arrosage et enrichir les sols. Mais tout n'est pas toujours réutilisé et un voyage à la déchetterie s'organise.

Comment réduire cette quantité de déchets verts ? Il faut anticiper et bien choisir ses essences pour qu'elles soient à croissance non rapide, non envahissante et bien sûr non indésirables.

Action de long terme,

- La promotion des essences à faible entretien et non envahissantes permet de réduire à la source les déchets verts qui peuvent être générés.
- La promotion des plantes non envahissantes et non indésirables permet de prendre garde au risque de dissémination inhérent à ce type de plantes
- La promotion de l'éradication de plantes indésirables permet de limiter leur tendance à supplanter la végétation indigène et altérer les écosystèmes locaux.

La grande majorité des espèces horticoles ne posent aucun danger et enjolivent de nombreux jardins. Nous espérons que ce guide vous sera utile et saura vous éclairer dans vos choix pour un bel espace vert responsable.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Cette action va permettre d'informer en amont et de prévenir la production de déchets en guidant les propriétaires de jardin dans leur choix de végétaux et les techniques d'entretien de jardin
  - Réduire les volumes de déchets verts à la source
  - Gagner du temps pour l'entretien pour les usagers
  - Eviter d'avoir à se déplacer en déchetterie
  - Protéger la biodiversité
  - Réduire la présence de plantes invasives et non désirables
  - Proposer des solutions opérationnelles pour évacuer et se départir de ses déchets verts 'végétaux non désirables' en toute sécurité
  - Faire essaimer les bonnes pratiques et créer une cohérence avec les pratiques d'éco-exemplarité des communes et de SMA

## POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

### Les +

- Témoigne de l'engagement de SMA pour la prévention des déchets
- Réduire l'apport des déchets verts en déchetterie
- Se coordonner en cohérence avec les autres programmes 'Atlas de la Biodiversité' et 'BreizhBocage'
- Participer à l'éradication des espèces envahissantes nocives

### Les –

- Nécessité de recruter un.e chargé.e biodéchet
- Un travail de coopération avec différents acteurs
- Une méconnaissance du sujet
- Action visible dans le long terme

## ETAPES CLES

- Créer un groupe de travail avec des partenaires (Service environnement et biodiversité de SMA, service techniques des espaces verts, paysagistes, communes ayant déjà émis un guide, associations de protection de la biodiversité,...)
- Bonifier le guide répertoriant les essences locales avec les partenaires pour faire correspondre les informations aux attentes et objectifs de chacun (réduction du broyage, brise vue, brise vent, fruitiers, attraction d'insectes pour favoriser la biodiversité, etc.)
- Intégrer dans le guide les 3 thèmes (végétaux à 1)- croissance non rapide, 2)- non envahissante et 3)- non indésirables (à supprimer des espaces verts et jardins en indiquant la procédure pour leur élimination)
- Inclure des réglementations dans le PLU
- Information émise en amont, et notamment lors de l'installation dans un nouveau foyer (commune, particulier, bailleur, promoteur, ...). Le choix des espèces végétales est déterminant dans la gestion des espaces verts.
- Informer le grand public
- Former et informer les élus et les services techniques des communes
- Former et informer les agents des déchetteries, paysagistes, horticulteurs
- Communiquer l'information et partager les supports d'information aux communes, dans les déchetteries pour répondre aux questions des usagers et les accompagner dans leurs choix d'essence. Ces informations peuvent être émises sous forme ludiques et innovantes (affichage humoristique, stands, animations, expositions dans les déchetteries)
- Se rapprocher de Coeur Emeraude (qui porte la création du futur Parc Naturel Régional) qui diffuse de l'information sur ces espèces envahissantes (information issue de la FREDON (Fédération Régionale de Défense contre les Organismes Nuisibles))
- Communiquer et sensibiliser lors des événements existants en lien avec le jardin (action 2.5) et ceux dédiés à la réduction des déchets (action 2.4)
- Diffusion auprès des lycées horticoles locaux et le milieu scolaire
- Diffusion auprès des acteurs de construction de pavillons et des paysagistes
- Diffusion auprès du public via les canaux usuels (réseau, site internet, presse, lieux spécifiques...)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




PORTEURS : Chargé.e biodéchets

**PARTENAIRES** : Service environnement et biodiversité de SMA, animateurs de prévention, agents des déchetteries, services des espaces verts, jardineries, paysagistes, chambre d'agriculture, lycées horticoles, chargé.e de communication

#### MODE DE COMMUNICATION

- Communication usuelle de SMA (site internet, presse, réseaux, ...) et les communes (bulletins, site internet, borne d'information, ...)
- Communication transversale au niveau des différents services de SMA et des communes

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Un guide
	1 chargé.e biodéchets
	Création du guide Impression du guide Formation annuelle des agents

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Bonne collaboration entre des acteurs variés et connaissant
- Créer un guide pratique et pertinent
- Une communication régulière
- Une mise à jour du guide si nécessaire

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de supports de communication du guide (site, réseau, presse, évènements)
- Acteurs informés
- Nombre d'agents formés

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 9.1 Développer la valorisation des déchets verts

**Objectif : Développer les déchets verts en ressource**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** les déchets verts

**Public visé :** Grand public et autres producteurs de déchets verts

### CONTEXTE

Les déchets verts, ce n'est pas une mince affaire... Ils s'accumulent rapidement dans votre jardin et vous obligent à de fréquents allers-retours à la déchetterie. Les apports de déchets verts correspondent à plus du 1/3 du tonnage total collecté en déchetterie.

Promouvoir les pratiques de jardinage au naturel (mulching, broyage, paillage, compostage, haies sèches, prairies, etc.) permet non seulement de réduire les déchets verts mais aussi :

- De valoriser ces déchets en bio-ressources (réduction de produits phytosanitaires, réduction de la consommation d'eau, ressource pour la biodiversité, protection contre la sécheresse, ressource de broyat pour le paillage, pour les composteurs, accueil de la biodiversité, ...)
- De gagner du temps (moins d'entretien dans votre jardin et d'allers-retours à la déchetterie)
- De gagner de l'argent (moins de transport, réduction de la consommation d'eau, forte réduction d'achats d'engrais et de produits phytosanitaires...)
- De contribuer à la protection de la biodiversité

Les déchets verts ne sont plus des 'déchets' verts mais redeviennent bien des bioressources.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Promouvoir le jardinage au naturel et la valorisation des déchets verts

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Proposer des solutions faciles, utiles et efficaces avec une réduction des déchets mais fait gagner du temps, de l'argent
- Une prise de conscience et une adhésion grandissante du public
- Témoigne de l'engagement de SMA pour la prévention des déchets
- Un retour à la terre pour le citoyen
- Faire le lien avec les plantes non invasives et non indésirables (action 8.2)
- Faire le lien avec les périodes de non taille pour protéger les oiseaux durant la période de nidification

#### Les –

- Nécessité de recruter un.e chargé.e biodéchet
- Nécessité de recruter un.e chargé.e communication dédié.e à la DCTD
- Redéfinir la notion du jardin 'propre'
- Besoin accepter des zones plus sauvages dans son jardin pour accueillir la biodiversité
- Nécessité de réfléchir au déploiement d'opérations de broyage ponctuelles ou de mise à disposition de broyeurs en location (déchetteries, communes...)
- Des pratiques encore bien ancrée (apport en déchetterie)
- Une fin d'activité de l'UTOM prévue fin décembre 2024 (utilisation des déchets verts pour le compostage des biodéchets issus des OMR à l'UTOM)

### ETAPES CLES

- Communication sur les bénéfices du « jardinage au naturel » et élaboration d'outils faisant la promotion de bonnes pratiques (action 2.1, action 2.4, action 2.5)
- Mise en place d'ateliers
  - « Accompagnement aux bonnes pratiques du compostage sur site »
  - « Jardin Zéro Déchet »
  - « Broyage de déchets verts en déchetterie »
- Réaliser deux campagnes de broyage en déchetterie avec don de broyat : une en automne (octobre-novembre) et une avant le printemps (février-15 mars). Tenir compte des dates de non-taille recommandées pour protéger les oiseaux durant la période de nidification (du 15 mars au 31 juillet)
- Intégrer la communication sur les bonnes essences à choisir pour un jardin écoresponsable (action 8.2)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS :** Chargé.e biodéchets

**PARTENAIRES :** Les communes, les agents des déchetteries, les associations, les prestataires externe (animation, broyage, ...), les entreprises d'espaces verts, chargé.e de communication

#### MODE DE COMMUNICATION

- Communication usuelle de SMA (site internet, presse, réseaux, ...) et les communes (bulletins, site internet, borne d'information, ...)

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Des supports numériques sur les bonnes pratiques, du matériel d'animation
	Chargé.e biodéchets, chargé.e en communication
€	Communication, matériel, animation

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Bonne communication initiale valorisant l'intérêt de l'éco-jardinage : formation et sensibilisation (ateliers)
- Simplicité et fréquence des opérations. Prendre compte de la saisonnalité qui implique d'agir dans plusieurs endroits sur des périodes courtes. Prendre compte du taux de maisons secondaires pour le support de communication.
- Accompagnement à la bonne utilisation du broyat
- Lieu de stockage (pérenne ou éphémère) du broyat pour permettre à tous d'en disposer

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre d'ateliers de formation et sensibilisation
- Tonnage « Déchets verts » en déchetterie

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023		2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030					
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T				
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

# AXE REEMPLOI



## Action 10.1 Créer une recyclerie

**Objectif : Promouvoir le réemploi des objets et leur réparabilité**

☐ A l'étude ☐ A réaliser ☒ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé : Objets de 2<sup>nde</sup> main**

**Public visé : Les habitants**

### CONTEXTE

Une réflexion se pose sur des alternatives aux déchets des citoyens tout en intégrant l'objectif de réduction à la source promu par la loi anti-gaspillage, l'augmentation du coût de gestion des déchets et des ressources premières ainsi que l'évolution de nos modes de consommation et d'usage des biens et services.

C'est pourquoi, au titre du projet de territoire ainsi que du nouveau programme de prévention des déchets ménagers et assimilés (PLPDMA), il est nécessaire d'intégrer des mesures de réduction à la source et de réemploi par des acteurs majeurs et incontournables avec de nouvelles approches et services pertinents, le tout dans un contexte d'économie circulaire : Une recyclerie

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Etude en interne de la part de SMA pour définir les attentes et besoins sur ce projet
- Recueillir des retours d'expérience de recycleries
- Effectuer un 'sourcing' pour connaître les candidats potentiels
- Recueillir les connaissances et avis des acteurs du territoire via un atelier 'réemploi'
- Recueillir les avis des citoyens via la consultation publique du PLPDMA
- Définir la méthodologie du projet (rédaction cahier des charges, recherche d'un porteur de projet, travaux et mise aux normes du lieu, etc.)
- Lancement de l'appel à projet
- Sélection du porteur de projet
- Réalisation du projet (réalisation des travaux et mise en conformité, etc.)
- Inauguration de la recyclerie
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Posséder un lieu vacant adéquat
- Soutenir un projet en demande par les citoyens portant sur le développement du réemploi d'objets
- Répondre aux objectifs des lois promulguées pour un territoire sobre pour une transition vers une économie circulaire
- Développer la réduction à la source ;
- Réduire les coûts environnementaux et financiers liés à la gestion des déchets en réduisant les DMA;
- Proposer des services, activités aux habitants dans une perspective de changement de comportement (inciter à l'achat de seconde main, sensibilisation à la réparation, service d'enlèvement d'objets de 2<sup>nde</sup> vie, tiers lieux, ...);

#### Les –

- Pas ou peu d'approvisionnement en déchets valorisables auprès des 5 déchetteries sans modification des espaces. Peu ou pas de place pour une zone réemploi dans les déchetterie.

- Développer l'emploi local en insertion
- Sensibiliser à la consommation responsable ;
- Encourager les dynamiques collectives et partenariales sur le territoire.
- Proposer une alternative aux dépôts en déchetterie ;
- Diminuer les dépôts sauvages ;
- Augmenter la sécurité d'approvisionnement en intégrant le réemploi et l'achat local ;

## ETAPES CLES

- Créer la recyclerie
  - Prendre contact avec le tissu associatif local pour informer les associations intéressées du projet (sourcing)
  - Définir le partenariat entre la collectivité et l'association gestionnaire
  - Lancer l'appel d'offre
  - Sélection du candidat
  - Mise au norme du site et installation
- Faire perdurer l'activité
  - Communiquer autour du nouveau service de réemploi
  - Faire un bilan annuel et un suivi via les indicateurs
  - Aider la recyclerie dans son développement

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS** : SMA et l'organisation retenue pour la gestion de la recyclerie

**PARTENAIRES** : Les acteurs du réemploi, les acteurs de l'ESS, les citoyens, les départements juridiques, d'urbanisme, du foncier, des travaux, de la communication de SMA, la ville d'implantation de la recyclerie

## MODE DE COMMUNICATION

- Sur le site de SMA, les réseaux, la presse locale, au niveau des 18 communes, au niveau des 5 déchetteries

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Travaux de démantèlement et de mise aux normes du site
	Temps interne des agents pour la création et le suivi : x h la 1 <sup>ère</sup> année puis x h/an
	Démantèlement du process de l'ancien centre de tri Mise en conformité du site Aménagement du site

## FACTEURS CLES DE SUCCES

- Co-travail de création avec une collaboration étroite entre l'organisation retenue et SMA
- Soutien de SMA via un bail gratuit durant les 5 premières années et une aide à la communication
- Promouvoir et instaurer une culture du réemploi
- Avoir une recyclerie dynamique avec des horaires adaptés (action 10.3)

## INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Volume collecté et revendu
- Nombre de personnes employées et formées
- Quantité de produits réparés
- Nombre d'enlèvements d'objets à domicile annuel et taux de revente

## ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 10.2 Développer les échanges et partenariats avec et entre les acteurs du réemploi

**Objectif :** Promouvoir le réemploi des objets et leur réparabilité

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** Objets de 2<sup>nd</sup>e main et à réparer

**Public visé :** Les acteurs du réemploi du territoire

### CONTEXTE

Le réemploi et la réparation sont des solutions encore trop souvent inexploitées au regard de la durée de vie et d'usage des objets.

Pourtant, de plus en plus nombreuses sont les pratiques liées au réemploi et à la réparation de biens pour prolonger leur durée de vie via différentes actions. Cependant, il est commun de voir dans les déchets collectés par SMA des produits qui pourraient être réemployés ou réparés, des produits qui sont donc des ressources pour des structures de réemploi ou de réparation.

Peu connues du grand public, il est important de valoriser les acteurs de ce milieu mais aussi de les soutenir et de les aider à développer les échanges entre eux pour créer une dynamique commune.

Une dynamique qui favorisera les pratiques liées au réemploi et à la réparation de biens pour prolonger leur durée de vie mais aussi instaurer une culture du réemploi sur le territoire.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Développer les partenariats avec et entre les acteurs existants

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Soutenir les acteurs du réemploi, les encourager et valoriser leurs initiatives
- Instaurer une culture du réemploi et de la réparation
- Répondre aux objectifs des lois promulguées pour un territoire sobre pour une transition vers une économie circulaire
- Prolonger la durée d'usage de des produits
- Réduire les coûts environnementaux et financiers liés à la gestion des déchets en réduisant les DMA
- Proposer des services, activités aux habitants dans une perspective de changement de pratiques (inciter à l'achat de seconde main, sensibilisation à la réparation,...)
- Développer l'emploi local en insertion
- Sensibiliser à la consommation responsable
- Encourager les dynamiques collectives et partenariales sur le territoire.
- Proposer une alternative aux dépôts en déchetterie

#### Les –

- Une culture du réemploi à instaurer
- Un emploi du temps des structures déjà très chargé

### ETAPES CLES

- Offrir l'occasion aux acteurs de se faire connaître de SMA
- Prendre contact avec les acteurs locaux pour bien décerner leur champ d'activité et d'expertise
- Créer un annuaire interne des acteurs locaux, de leur activité et de leur représentant

- Définir les liens entre les flux issus de la collecte SMA et l'option de ressources pour les structures de réemploi et de réparation
- Aider à créer des échanges des différents acteurs du réemploi et de la réparation pour se connaître et créer une dynamique entre eux
- Définir les partenariats possibles entre la collectivité et les acteurs
- Communiquer autour des partenariats
- Faire un bilan annuel et un suivi via les indicateurs
- Pour faciliter le lien entre les usagers et les acteurs du réemploi et de la réparation, il est également nécessaire de communiquer sur ces lieux et structures (action 2.1, action 2.4, action 3.2, action 10.4)
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES




**PORTEURS :** Chargée de prévention

**PARTENAIRES :** Les acteurs du réemploi et de la réparation, les acteurs de l'ESS, les citoyens, les bailleurs, chargé.e de communication de SMA, le service juridique, le service finance, le pôle politique de la Ville

#### MODE DE COMMUNICATION

- Sur le site de SMA, les réseaux, la presse locale, dans les événements (action 2.4), au niveau des 18 communes
- Pour faciliter le lien entre les usagers et les acteurs du réemploi et de la réparation, il est également nécessaire de communiquer sur ces lieux et structures (action 2.1, action 2.4, action 3.2, action 10.4).
- Les déchèteries pourraient être un support de communication affichage.

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	N/A
	Chargée de prévention, chargée politique de la ville, chargée de communication, service juridique
	Agence ou association pour accompagner les échanges / animation par SMA

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Valoriser le réemploi et la réparation comme alternative à l'acte de jeter
- Mettre en avant les réparateurs et les acteurs du réemploi
- Proposer aux habitants une solution alternative à la dépose en déchetterie

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Nombre de partenariats ou nombre d'actions de soutien
- Indicateur de la quantité de produits détournés par partenariat

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 10.3 Adapter les horaires et dynamiser les lieux de réemploi

Objectif : Promouvoir le réemploi des objets et leur réparabilité

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

Flux visé : Objets de 2<sup>nd</sup>e main et à réparer

Public visé : Les habitants

### CONTEXTE

Le réemploi encore trop souvent inexploité au regard de la durée de vie et d'usage des objets.

Afin d'être accessible à tous (particuliers et professionnels), les lieux de réemploi se doivent d'avoir des horaires adaptés et pensés.

Un lieu comme une recyclerie est également un lieu vivant où les échanges humains sont importants. Alors pourquoi ne pas l'accentuer ? Pour dynamiser une recyclerie, celle-ci peut devenir le lieu d'événements (groupe de travail, événements culturels, événements de soirée, expositions, tiers lieu, ...)

Pour faciliter la recherche entre le consommateur et les acteurs du réemploi et de la réparation, il est nécessaire d'adapter les horaires

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Faire de la recyclerie un lieu dynamique et adapté à tous dans une approche dans l'aire du temps

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Posséder une surface permettant des activités hors activité usuelle de la recyclerie
- Développer un dynamisme autour du réemploi
- Répondre aux horaires d'accès spécifiques des professionnels
- Proposer des activités aux habitants dans une perspective plus moderne
- Faire connaître le lieu du réemploi
- Possibilité d'une activité rémunératrice pour la recyclerie

#### Les –

- L'aspect réglementaire et sécuritaire à bien prendre en compte
- La disponibilité de salariés et bénévoles à différents horaires
- Nécessité d'une personne référente et d'une procédure de prêt ou location

### ETAPES CLES

- Etude nécessaire du public qui souhaite être rejoint (particulier, professionnel)
- Diversifier les horaires pour les professionnels et pour les particuliers
- Horaires récurrents pour le grand public (dont le samedi)
- Horaires adaptés pour les professionnels (après les heures d'ouverture au public)
- Horaires spéciaux d'ouverture pour des événements
- Groupe de travail pour évaluer les options d'activités parallèles à l'activité de la recyclerie (lieu d'exposition, de travail, de soirée, ateliers de réparation, ateliers DIY ...)

- Déterminer les conditions de ces activités
- Le nombre de personnes maximales / surface accessible /sécurité et aspect réglementaire de réception du public
- Le calendrier de ses activités : Exples : Une soirée par mois pour élargir le public et le coupler avec une soirée thématique (conférence, projection, ...) ou une soirée animation, 1 dimanche par mois pour un atelier de réparation / diy ouvert à une association, une zone ouverte aux horaires d'ouverture du public pour une exposition
- Accès gratuit ou payant (en € ou apport d'un objet à recycler)
- Autres points réglementaires et de logistique (accès aux sanitaires, ouverture du parking, ...)
- Communiquer sur les horaires et évènements (en interne sur le lieu et réseaux de la recyclerie, en externe)
- Faire un bilan annuel et un suivi via les indicateurs
- Accompagner la recyclerie dans sa communication
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

#### PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : Le gestionnaire de la recyclerie

**PARTENAIRES** : Les acteurs du réemploi, les acteurs de l'ESS, les professionnels, les associations, les citoyens, les communes

#### MODE DE COMMUNICATION

- Sur le site physique et virtuel de la recyclerie, sur le site virtuel de SMA, les réseaux, la presse locale, au niveau des 18 communes, communication usuelle d'évènements (agendaou, ...)

#### MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Un accès et un espace spécifique pour les évènements
	Gestionnaire des réservation et mise en place des évènements
€	N/A

#### FACTEURS CLES DE SUCCES

- Proposer aux habitants une vision différente de la recyclerie
- Faire connaître la recyclerie de par toutes ses activités
- Mettre en avant les acteurs du réemploi d'aujourd'hui

#### INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS



- Volume collecté et revendu
- Nombre de personnes employées et formées
- Quantité de produits réparés
- Nombre d'enlèvements d'objets à domicile

#### ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023				2024				2025				2026				2027				2028				2029				2030			
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	T1	T2	T3	T4

## Action 10.4 Créer une cartographie interactive facile et accessible pour tous les moyens et lieux de réduction à la source présents sur le territoire

**Objectif :** Promouvoir le réemploi des objets et leur réparabilité

☐ A l'étude ☒ A réaliser ☐ En cours ☐ Réalisée ☐ Abandonnée

**Flux visé :** Objets de 2<sup>nd</sup>e main et à réparer

**Public visé :** Les habitants

### CONTEXTE

Le réemploi, la réparation, le prêt ou location de biens ou de services sont des solutions encore trop souvent inexploitées au regard de la durée de vie et d'usage des objets. Pour faciliter la recherche entre le consommateur et les acteurs du réemploi et de la réparation, il est nécessaire de rendre visible ces lieux et structures via une cartographie dynamique unique.

### DESCRIPTIF DE L'ACTION

- Répertorier et cartographier les acteurs de réduction à la source du territoire (réemploi, réparation, prêt et location, valorisation).
- Cet outil se veut interactif et facile d'utilisation pour inciter un maximum d'habitants à (faire) réparer, à louer ou à offrir une nouvelle vie aux objets (à acquérir ou à donner)

### POINTS FORTS / POINTS FAIBLES

#### Les +

- Faire connaître les acteurs du réemploi et de la réparation sur le territoire
- Soutenir un projet en demande par les citoyens portant sur le développement du réemploi et la réparation d'objets
- Répondre aux objectifs des lois promulguées pour un territoire sobre pour une transition vers une économie circulaire
- Développer la réflexion et la pratique de réduction à la source
- Réduire les coûts environnementaux et financiers liés à la gestion des déchets en réduisant les DMA
- Propose un outil efficace et facile dans une perspective de changement de pratiques (inciter à l'achat de seconde main, sensibilisation à la réparation, objets de 2<sup>nd</sup>e vie, tiers lieux, ...)

#### Les –

- Temps pour rejoindre les différents acteurs du territoire
- Rigueur dans la mise à jour des informations des lieux et structures (actifs, fermés, nouvelles structures,...)

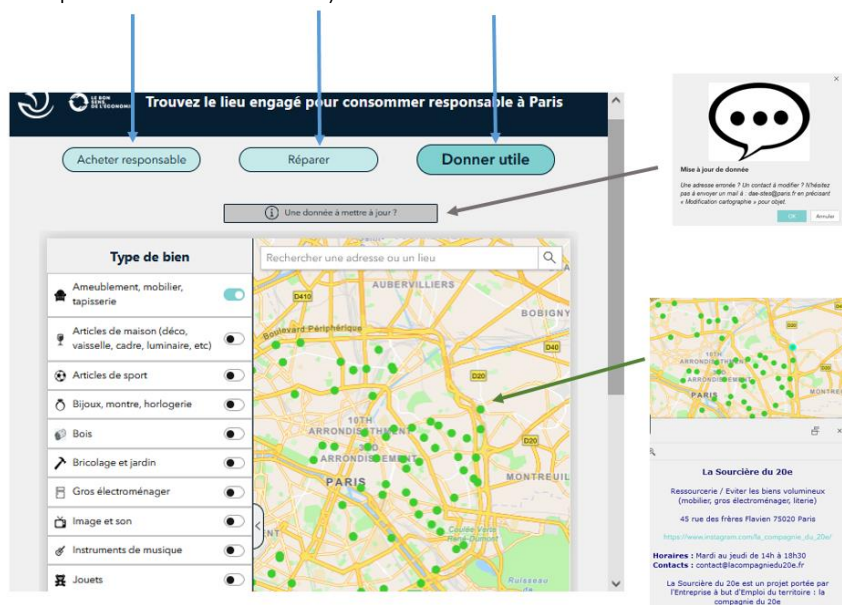
### ETAPES CLES

- Répertorier les acteurs du territoire
- Créer une base de données avec une interface de saisie pour l'administrateur
- Lister les types de biens et les acteurs associés selon 4 modes – Acheter responsable, Réparer utile, Donner utile, Louer utile



- Exemple de listes de bien : Ameublement, mobilier, tapisserie, Bricolage et jardin, Articles de maison (déco, vaisselle, cadre, luminaire, etc), Articles de sport, Bijoux, montre, horlogerie, Gros électroménager, Image et son, Instruments de musique, Jouets, jeux, puériculture, Livres, CD, DVD, Maroquinerie, cordonnerie (cuir, chaussures, etc), Ordinateur (fixe et portable), Petit appareil électroménager, Téléphone, smartphone, tablette, Vélos, pièces détachées et accessoires cycles, Vêtements, linge de maison, accessoires textile, mercerie, Divers, ...)
- Demande aux acteurs d'être référencés sur la cartographie. Si oui, inscription de leur part en remplissant une demande en ligne.
- Exporter les données dans la base de données
- Relier la base de données à la cartographie (SIG)
- Intégrer l'option d'une donnée à mettre à jour par l'utilisateur
- Intégrer la cartographie sur la page 'réduction des déchets' de la page internet de SMA
- Communiquer l'outil à un public très large
- Vérification annuelle des données par envoi mail automatique / questionnaire au responsable de la structure 'vos données sont-elles à jour Oui / Non. Si non, précisez'
- Date de mise à jour annuelle indiquée sur la cartographie

(Exemple tiré du site de Paris)



Date mise à jour : 29 février 2024

- La cartographie doit être accessible sur ordinateur, tablette et téléphone mobile
- Intégration des données indicateurs annuellement
- Amélioration continue annuelle

## PORTEUR DE L'ACTION ET LES PARTENAIRES ASSOCIES



**PORTEURS** : SMA (service prévention)

**PARTENAIRES** : Les acteurs du réemploi et de la réparation, les acteurs de l'ESS, les citoyens, le service communication, informatique, SIG de SMA

## MODE DE COMMUNICATION


- Sur le site de SMA, les réseaux, la presse locale, au niveau des 18 communes, les magazines municipaux et de SMA

## MOYENS MATERIELS, HUMAINS ET FINANCIERS

	Outils informatiques	
	Chargé.e de prévention Chargé.e en SIG Chargé.e de communication	
€	N/A	

FACTEURS CLES DE SUCCES

- Une cartographie dynamique et à jour
- Mettre en avant les réparateurs et les acteurs du réemploi et de la location (de biens ou de service)
- Les acteurs du réemploi et réparation sont pro-actifs pour leur changement de données
- La page du site de SMA de ‘réduction des déchets’ intègre la cartographie ainsi que des articles de sensibilisation et de solutions à la réduction des déchets (telle la demande de composteur individuel ou la carte de localisation des composteurs collectifs et PAV biodéchets)

INDICATEURS DE SUIVI ANNUELS

- Nombre d’acteurs référencés
- Nombre de ‘clic’ annuel sur la page ‘cartographie des acteurs’

ECHEANCIER PREVISIONNEL

2023		2024		2025		2026		2027		2028		2029		2030	
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

T1	T2	T3	T4
----	----	----	----