

De : Lysiane ESTRADA, responsable de la communication

Co-responsable de l'Agenda 21

---

## COMMUNIQUE DE PRESSE - INVITATION

---

Agenda 21 – Tri des déchets dans l'habitat collectif



The graphic features a circular illustration of a smiling boy with curly blonde hair holding a globe. To his right, the text 'Le tri... en collectif' is written in large white letters on a green background. Below this, the word 'aussi !!!' is written in bold black letters on a yellow banner. At the bottom, the text 'Vous résidez en habitat collectif ? Vous aussi, vous avez un rôle à jouer.' is written in white on a blue background.

**Le tri... en  
collectif**

**aussi !!!**

**Vous résidez en habitat collectif ?  
Vous aussi, vous avez un rôle à jouer.**

*La Communauté de Communes du Clermontais lance une nouvelle action de sensibilisation au tri et à la prévention des déchets.*

## Une possible amélioration de nos performances de tri ?

En 2011, la Communauté de Communes du Clermontais en charge de la collecte des déchets ménagers et le Syndicat Centre Hérault chargé du traitement des déchets, ont poursuivi leur progression et répondent déjà aux objectifs imposés par le Grenelle de l'Environnement à l'horizon 2015 : la quantité de déchets ménagers et assimilés valorisée par compostage ou recyclage représente 45% des déchets ménagers produits sur le territoire en 2011, contre 37% au niveau national.

## Le tri des biodéchets et des emballages ménagers recyclables peut encore progresser

Les retours des agents de collecte, les suivis effectués par les ambassadeurs du tri du Syndicat Centre Hérault et le coordinateur du tri de la Communauté de Communes du Clermontais montrent que l'on peut encore réduire notre production de déchets résiduels au profit des déchets valorisables.

**En effet, si le geste du tri était parfait, il ne resterait dans les bacs gris que 94Kg/hab/an d'ordures ménagères résiduelles (déchets non recyclables ou non valorisables) contre 323 kg aujourd'hui !**

*Les marges de progrès concernent plus particulièrement les biodéchets, les emballages et les zones d'habitat collectif.*

## De fortes marges de progression réalisables en habitat collectif

En matière d'optimisation de gestion des déchets, les zones d'habitat collectif figurent parmi les gisements où les progrès possibles sont encore très importants, même si les contraintes sont supérieures à celles d'autres types d'habitat.

L'organisation de la collecte doit en effet tenir compte de facteurs spécifiques, inhérents à l'habitat collectif.

- **La dimension comportementale** : En habitat collectif, les locaux de stockage et les bacs sont partagés par de nombreux habitants. Geste à la fois individuel et collectif, le tri est soumis à un phénomène d'entraînement. Les bons comportements des uns sont un facteur de motivation, les pratiques négatives des autres découragent.
- **La propreté des espaces de stockage** est également un facteur à prendre en compte. Un local propre, bien éclairé, sûr et facilement accessible encourage les trieurs.
- **La multiplicité des acteurs** : L'optimisation de la collecte sélective des déchets exige la participation active du bailleur, du gardien et des agents d'entretiens et du service de collecte des ordures ménagères.

**Mais pour bien trier, les habitants ont surtout besoin d'un dispositif de tri accessible et bien aménagé, des équipements spécifiques de collecte et de bien connaître les consignes de tri.**

## Le lancement d'une nouvelle campagne de communication ciblée

### Le choix de campagnes de sensibilisation sur le tri ciblée

Depuis la mise en place du tri sélectif, la Communauté de Communes du Clermontais et le Syndicat Centre Hérault développent régulièrement des actions de communication en direction de publics différents - grand public, scolaires, professionnels - et organisent des réunions publiques, des stands sur les marchés... Dans le cadre de son Agenda 21 et afin d'améliorer la qualité du tri, la Communauté de Communes du Clermontais a décidé de s'attaquer à différentes cibles de façon systématique et successive.

En **2009**, elle a lancé la campagne « **Le tri... en vacances aussi !** » en direction des campeurs. Cette campagne est depuis reconduite à chaque saison estivale et étendue à de nouvelles catégories de touristes, d'hébergeurs et de prestataires touristiques.

En **2010**, elle a sensibilisé l'ensemble des agents de la collectivité avec une campagne en interne intitulée « **Le tri... au travail aussi !** ».

En **2011 et 2012**, elle a initié une action avec le milieu associatif pour l'organisation de **manifestations sportives et culturelles** plus écoresponsables et notamment dans le cadre du festival de Mourèze ou de la Salagoumania, intitulée « **Le tri... dans les manifs. aussi !** ».

Pour **2013**, le défi est de sensibiliser les administrés résidant en **habitat collectif** ainsi que les syndic et gestionnaires et agences immobilières locales

### Un indispensable partenariat avec l'ensemble des acteurs de la collecte

Parce que l'enjeu principal réside dans un **indispensable partenariat** avec l'ensemble des acteurs de la collecte - bailleurs et syndic, gardiens, représentants des habitants - la Communauté de Communes du Clermontais a organisé une réunion d'information préalable ouverte à l'ensemble des bailleurs et syndic du territoire. Dans la mesure où cette action a rencontré un écho très favorable, la Communauté de Communes a poursuivi son projet.

Ainsi, le coordinateur du tri de la Communauté de Communes du Clermontais s'est ensuite rendu dans chaque résidence pour identifier les besoins et les aménagements spécifiques à réaliser et rencontrer les gardiens d'immeuble lorsqu'il y en a pour les informer et les former si nécessaire.

Cette campagne de communication concerne 1600 logements, 10 gestionnaires, 60 résidences et plus de 4000 personnes.

## Une campagne dynamique et pédagogique

Cette campagne de communication vise à mettre en lumière toutes « les séries de tri » qui participent à la valorisation de nos déchets et évitent l'enfouissement d'une partie de nos ordures ménagères. Les bons résultats de tri sur le territoire sont dus aux efforts faits par les citoyens, par chaque membre de la famille, du plus petit au plus grand pratiquant le tri au quotidien.



### La mise en scène de personnages « presque réels » pour relever le défi

L'objectif est, tout en utilisant un style léger façon BD, de rappeler les enjeux du tri et d'encourager sa pratique au quotidien. Conçue pour interpeller de 7 à 77 ans, cette campagne de communication vise à sensibiliser les plus réfractaires tout en encourageant les plus convaincus ! Le choix s'est donc porté sur des personnages « presque réels » auxquels tout le monde peut s'identifier.

Si les **4.000 personnes** qui résident en habitat collectif sur le territoire de la Communauté de Communes du Clermontais suivaient l'exemple de cette famille qui trie tout, partout et tout le temps et chez qui les déchets sont soigneusement séparés, les résultats de la collecte seraient fortement améliorés.



## Le tri sélectif, des gestes simples à la portée de tous les citoyens !

C'est le message que transmettent les personnages. Le tri peut être pratiqué à tous les âges et concernent tous les types de déchets, il suffit de suivre les consignes. Tout le monde a un rôle à jouer pour relever le défi !

### Isabelle



Elle traque les **biodéchets** et remplit son bioseau avec le marc de café, les sachets de thé, les coquilles d'œufs, les épiluchures, les restes de repas et l'essuie-tout, les fleurs fanées pour les mettre ensuite dans un bac vert.

Les **biodéchets** représentent **30%** du poids des ordures ménagères. Mélangés avec les déchets résiduels les biodéchets seront enfouis à l'Installation de Stockage des Déchets Non Dangereux de Soumont, alors que dans le bac vert ils produiront du compost sur la plateforme de compostage d'Aspiran !

## Paul

Il est à l'affût de tous les emballages recyclables pour les déposer dans les colonnes au point tri. Il stocke dans un sac réutilisable les bouteilles et bocaux en verre (même cassé), les pots de confiture et de yaourt en verre, les aérosols, les barils de lessive, les boîtes de conserve, les bouteilles en plastique, les cartonnets d'emballage, les briques alimentaires...

**En 2011, la production d'emballages ménagers recyclables par habitant représentait 51 kg dont seuls 15 Kg ont été déposés au point tri. Le verre est recyclé à 100% et indéfiniment, alors pourquoi s'en priver !**



## Julie



Aucun papier ne lui échappe. Elle met dans une caisse les post-it, papiers de bureau, journaux, enveloppes, magazines, annuaires... avant de les déposer avec sa maman dans la colonne à papier au point tri.

**Fabriquer 1 tonne de papier à partir de papiers recyclés permet d'utiliser 100 fois moins d'eau et 3 fois moins d'énergie.**

## Pierre



Il se rend régulièrement à la déchetterie pour y déposer les cartons et les encombrants comme les meubles, gravats, matelas, moquette, vélo, ustensiles de cuisine en métal, les batteries, l'huile de vidange.

**En 2011, un habitant du territoire a déposé en moyenne 249 Kg de déchets en déchetterie dont 57% ont été valorisés.**

## **Mais la famille montre aussi l'exemple pour prévenir la production de déchets. « Elle achète malin »**

Elle fait ainsi des économies et produit aussi moins de déchets grâce à quelques gestes simples :

- Privilégie l'achat de produit avec peu d'emballage, rechargeable ou à la coupe
- A collé sur sa boîte aux lettres l'autocollant Stop Pub. et fait ainsi le choix de ne plus recevoir de publicité
- Achète d'occasion, vend ou donne ce qu'elle n'utilise plus



## Un dispositif de communication sur mesure

### Un point presse pour le lancement suivi d'une visite de site

Le début de la campagne de communication sera marqué par un point presse, qui aura lieu

**Lundi 26 Novembre 2012**

**à 10h**

**Salle du parc de la Communauté de Communes du Clermontais**

Les participants se rendront ensuite dans la résidence La Ramasse à Clermont l'Hérault pour découvrir le dispositif de communication installé.

### Un dispositif de communication complet

La campagne de communication sera appelée à se développer au fil des années. Dans un premier temps elle reposera sur :

- Un **affichage spécifique** dans chaque hall de résidence et local poubelle, rappelant les consignes de tri, les points tri et la déchetterie les plus proches de la résidence concernée.
- La distribution de supports de communication « **guide du tri dans l'habitat collectif** » ainsi qu'un « **mémo du tri** » délivrant des informations pratiques. Chaque habitant sera destinataire de ce kit de communication.
- Un **courrier** sera envoyé à l'ensemble des syndics, bailleurs sociaux, agences immobilières pour leur rappeler leur rôle dans l'amélioration de la collecte des ordures ménagères sur le territoire. Ils seront également destinataires d'un lot de supports de communication à diffuser lors de la signature de chaque nouveau bail et lors de la remise des clefs aux nouveaux locataires.
- Une **médiatisation** de la campagne dans le magazine intercommunal et le site internet de la Communauté de Communes du Clermontais.

Le coordinateur du tri de la Communauté de Communes du Clermontais en lien avec l'ensemble des partenaires de l'opération, assurera également l'analyse des résultats obtenus afin de procéder à des ajustements pour optimiser le système de collecte mis en place.

Un bilan intermédiaire sera réalisé 6 mois après le lancement de la campagne de communication.

### Une communication de proximité

La campagne de communication se veut ciblée, pertinente et efficace. Pour toutes ces raisons, le coordinateur du tri, les ripeurs, la police rurale, les bailleurs, les gardiens d'immeubles auront grâce à leur proximité, un rôle de sensibilisation déterminant auprès des habitants.

**Le coordinateur du tri**, employé par la Communauté de Communes du Clermontais, assume une mission d'information primordiale.

- Dialogue avec les habitants et les gardiens d'immeubles, explications des consignes de tri
- Recueil et remontée d'informations depuis le terrain et les ripeurs vers les services concernés

- Participation au suivi et au contrôle de la qualité des collectes en lien direct avec la police rurale

**L'organisme bailleur**, interlocuteur privilégié des locataires, contribuera également à diffuser les informations sur le tri. Il pourra selon les besoins :

- joindre un courrier spécifique au tri à la quittance de loyers
- apporter une aide logistique à l'affichage et à l'installation d'une signalétique du tri dans les halls et les locaux de collecte
- donner des informations et recommandations aux gardiens et/ou agents d'entretien

**Le gardien d'immeubles** ou l'employé chargé de l'entretien est le témoin principal des comportements quotidiens des locataires. Il est aussi celui qui répond à leurs questions. Pour que son relais soit efficace, il a rencontré le coordinateur du tri qui lui a expliqué les procédures en place. Le gardien disposera d'un stock de supports d'information, autocollants, guides de tri, aide mémoire et les diffusera au gré des besoins, en particulier aux nouveaux locataires lors de leur emménagement.

---

### **Pour plus d'information**

Contact presse :

Service communication : Tel : 04 67 88 95 50

Service de collecte des ordures ménagères : 04 67 96 16 27