

**BILAN DE LA CAMPAGNE
DE SENSIBILISATION
À LA RÉCUPÉRATION - 2002**

PRÉPARÉ PAR :

Nancy Bergeron, tech.

MRC DE LA MITIS



Décembre 2002

TABLES DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	3
2. CAMPAGNE D'INFORMATION	4
2.1 Visites à domicile	4
2.1.1 Formation reçue.....	5
2.1.2 Participation.....	6
2.1.3 Lancement de la campagne.....	7
2.2 Commentaires	8
3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE.....	8
ANNEXE 1	DÉPLIANT D'INFORMATION ET MÉMO AIMANTÉ
ANNEXE 2	SONDAGE
ANNEXE 3	ARTICLE DE JOURNAL

1. INTRODUCTION

Le présent document est le bilan de la campagne de sensibilisation à la récupération pour l'année 2002. L'activité principale a été une campagne de sensibilisation porte-à-porte, dans toutes les municipalités de la MRC de La Mitis. Cette activité a débuté officiellement le 27 mai pour se terminer le 13 décembre 2002.

2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation a débuté le 27 mai 2002. La durée de cette campagne a été de 108 semaines, soit quatre agents d'information, sur une période de 21 à 30 semaines. Les objectifs de la campagne étaient de rappeler à la population les matières qui sont récupérables ou non, d'augmenter le taux de participation de la collecte porte-à-porte, d'informer la population de toutes les autres possibilités de disposition des matières résiduelles, mais surtout d'améliorer la qualité des matières récupérées et ainsi réduire les volumes de rejets au centre de tri. Durant cette campagne, les services d'un agent d'information ont été utilisés pendant 16 des 104 semaines, pour faire l'inventaire des matières résiduelles provenant des industries, commerces et institutions, soit environ 150 entreprises de la MRC. La visite de cet agent d'information dans ces entreprises, a également permis de sensibiliser à l'importance de faire de la récupération.

2.1 Visites à domicile

Quatre agents d'information ont parcouru le territoire de la MRC afin de sensibiliser et d'informer la population à l'importance de participer à la collecte porte-à-porte. Ces agents étaient : Mme Danièle Beaulieu, M. Angélito Bérubé, Mme Élisabeth Brouard et Mme Lucienne Dubé. Le salaire des agents étaient en partie subventionné par le programme de réinsertion à l'emploi du Centre local d'emploi de La Mitis.

Un document d'information a été conçu pour être présenté à la population lors des visites porte-à-porte. Ce document a permis aux résidents de comprendre et de mieux visualiser les matières récupérables. Après avoir donné l'information, les agents remettaient au résident un dépliant d'information et un mémo aimanté (voir annexe 1). Au départ, les agents effectuaient trois tentatives de visite, mais étant donné que le temps commençait à manquer, ils ont dû réduire leur tentative à deux. Après la dernière tentative, les agents laissaient les documents d'information coincés dans la porte.

Lors de chaque rencontre, les gens devaient répondre à un sondage (voir annexe 2). Le but du sondage était de connaître la proportion des gens qui faisaient déjà de la récupération, de savoir si les gens seraient intéressés à faire du compost et de faire l'acquisition d'un composteur. Nous voulions

connaître la façon dont les gens disposent de leur résidus de peinture, des piles usagées, des huiles usées, des pneus et des vêtements usagés. Ensuite nous voulions savoir si la campagne de sensibilisation informait suffisamment les gens, sur ce qu'ils doivent récupérer et sur ce qu'ils ne doivent pas mettre dans leur bac bleu. Finalement les agents demandaient aux gens s'ils allaient faire de la récupération et s'ils allaient améliorer la qualité de leur matière.

2.1.1 Formation reçue

Les agents ont reçu une formation au Centre de Formation en Entreprise et Récupération (CFER) Matapédia-Mitis à Mont-Joli d'une durée de 2 jours. Cette formation a permis aux agents :

- 1- de mieux connaître les matières récupérables et non-récupérables;
- 2- de comprendre le fonctionnement d'une chaîne de tri;
- 3- d'être sensibilisé aux conditions de travail des employés du centre de tri;
- 4- de l'importance d'acheminer des matières récupérables propres.

Ils ont aussi reçu une formation sur la façon de se présenter et d'aborder les gens pendant la campagne de sensibilisation. Cette formation leur a été donnée par deux agents, madame Martine Roy et madame Marcelle Bérubé, qui avaient fait le même type de campagne dans la MRC de La Matapédia en 2000.

Pour compléter cette formation, les agents ont effectué des mises en situation (résidant agressif, positif, négatif, indifférent à la récupération), ces mises en situation ont permis :

- 1- de sensibiliser les agents d'information sur l'attitude à adopter face aux résidants;
- 2- d'analyser le temps qu'il faut pour faire une présentation et à gérer ce temps en fonction des types de résidants;
- 3- d'identifier les sujets à aborder et à ne pas aborder avec le résidant.

2.1.2 Participation

En consultant le tableau 1, vous pourrez constater que le nombre total de foyers visités est de **7 769**. De ce nombre, **79%** des résidents étaient présents et **21%** étaient absents.

Sur ces 7 769 foyers visités, 5 420 ont répondu au sondage. De ce nombre 94,7% faisaient déjà de la récupération et 5,3% n'en faisaient pas.

À la question, "Seriez vous intéressé à faire du compost ?", 25,9% des gens ont répondu oui et 74,1% ont répondu non. En ce qui concerne la disposition des résidus de peinture, 11% des gens les envoient à la poubelle. Pour les piles usagées, la majorité des gens les envoient à la poubelle, soit 72%. Les huiles usées pour leur part, sont mis à la poubelle dans 4% des cas. Les pneus quant à eux sont jetés par 16% de la population visitée. Là où il y a beaucoup de travail à faire sur la sensibilisation, c'est au niveau des vêtements, car 62% des gens les envoient à la poubelle, alors qu'il y a des organismes, comme La Maison de l'Espoir, qui les récupèrent. Pour terminer le sondage les gens ont répondu à 98% qu'ils allaient améliorer la qualité de leur récupération suite à cette campagne.

Tableau 1			
Détail des visites- Août 2002			
<i>Nom</i>	<i>Visité</i>	<i>Présent</i>	<i>Absent</i>
Grand-Métis	179	143	36
La Rédemption	164	154	10
Les Boules	135	133	2
Les Hauteurs	208	195	13
Luceville	482	288	194
Métis-sur-Mer	80	34	46
Mont-Joli	2755	2383	372
Padoue	117	95	22
Price	663	510	153
Sainte-Angèle-de-Mérici	448	392	56
Sainte-Flavie	427	367	60
Sainte-Jeanne-D'Arc	109	105	4
Sainte-Luce	706	543	163
Saint-Charles-Garnier	103	97	6
Saint-Donat	314	188	126
Saint-Gabriel	489	256	233
Saint-Joseph-de-Lepage	204	129	75
Saint-Octave-de-Métis	186	125	61
TOTAL :	7 769	6 137	1 632
Pourcentage :	100%	79%	21%

2.1.3 Lancement de la campagne

Il y a eu une conférence de presse le 19 juin 2002 pour annoncer une vaste campagne de sensibilisation sur la récupération, dans les régions du Bas-St-Laurent, de la Gaspésie et de la Côte-Nord. Un article est aussi paru dans le journal local, pour informer les gens, qu'ils auraient la visite d'un agent d'information en récupération (voir annexe 3).

2.2 Commentaires

Dans l'ensemble, la campagne d'information a eu un impact favorable et a été un beau défi à relever pour les agents. Cette campagne de sensibilisation a permis de mieux informer la population de la MRC par rapport aux matières qui sont récupérables ou non, d'améliorer la qualité de ces matières acheminées au CFER et de diminuer le taux de rejets, ainsi que de sensibiliser la population mitissienne à la protection de l'environnement. Les gens ont pu comprendre l'importance de poser de petits gestes, qui peuvent améliorer la qualité de leur récupération et aussi faciliter le travail des trieurs, par exemple en mettant les matières pêle-mêle dans le bac au lieu de les mettre dans des sacs attachés. La population a aussi été informée sur la façon dont on doit disposer de certaines matières, tels que les restes de peinture, les piles d'usage domestique, les huiles usées, les pneus ainsi que les textiles.

3 BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE

Au tableau 2, vous retrouverez le budget de la campagne d'information. Le budget total de la campagne est de 60 121,00\$, de ce montant 37 660,00\$ provient de diverses subventions dont :

- Subvention salariale du Programme d'insertion à l'emploi, du Centre Local d'Emploi, qui équivaut à 68% du salaire soit un montant de 26 460,00\$
- Subvention de Collecte Sélective Québec de 5 000,00\$
- Subvention de la Société des Alcools du Québec de 3 500,00\$
- Commandite de la Caisse Populaire de 2 700,00\$

Description	Montant
Centre Local d'Emploi	
Subvention salariale (4 agents)	26 460,00 \$
Participation de la MRC de La Mitis	22 461,00 \$
Caisse Populaire	2 700,00 \$
Collecte Sélective Québec	5 000,00 \$
SAQ	3 500,00 \$
Montant total du financement	60 121,00 \$

Aux tableaux 3 et 4, vous retrouverez la répartition des coûts pour la campagne d'information, ainsi que le financement des dépenses.

Tableau 3 Coût de la Campagne d'information - 2002	
Description	Montant
Agents d'information (4)	
- Salaire (10,00\$/hr, 35 hrs/semaines, total 108 semaines)	39 104,00 \$
- Charge sociale de l'employeur	5 436,00 \$
Frais de déplacement :	6 540,00 \$
Mémos aimantés (Qté : 9 000)	5 594,00 \$
Dépliants (Qté : 9 000)	2 000,00 \$
Servitech (liste d'adresses)	444,00 \$
Coordination (Nancy Bergeron, Matapédia)	1 003,00 \$
Coût total du projet	60 121,00 \$

Tableau 4 Financement de la campagne d'information - 2002	
Description	Montant
Programme d'insertion à l'emploi	
- Subvention salariale (4 agents)	26 460,00 \$
Caisse Populaire	2 700,00 \$
Collecte Sélective Québec	5 000,00 \$
SAQ	3 500,00 \$
Participation de la MRC de La Mitis	22 461,00 \$
Montant total du financement	60 121,00 \$

ANNEXE 1
DÉPLIANT D'INFORMATION ET
MÉMO AIMANTÉ

ANNEXE 2
SONDAGE

ANNEXE 3
ARTICLE DE JOURNAL