

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

PRÉPARÉ PAR :

Nathalie Lévesque, ing.
et
Nancy Bergeron, tech.

MRC DE LA MATAPÉDIA



Août 2002

TABLES DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	1
2. CAMPAGNE D'INFORMATION	2
2.1 Territoire.....	2
2.2 Visites à domicile.....	3
2.2.1 Formation reçue.....	3
2.2.2 Participation.....	4
2.2.3 Lancement de la campagne.....	5
2.3 Commentaires	6
3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE.....	6

ANNEXE 1	BILLET DE COURTOISIE ET SIGNET
ANNEXE 2	ARTICLES DE JOURNAUX

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 les municipalités de la MRC de la Matapédia où il y a une collecte porte à porte. La campagne de sensibilisation a débuté officiellement le 27 juin pour se terminer le 15 août 2002.

2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation a débuté le 27 juin 2002 dans les municipalités où il y a une collecte porte-à-porte des matières récupérables. La durée de cette campagne a été de 35 semaines, soit quatre agents d'information, sur une période de 8 à 9 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.

2.1 Territoire

Tel que décrit dans le tableau 1, sur le territoire de la MRC de La Matapédia, il y a dix municipalités qui disposent d'une collecte porte-à-porte, six d'un système d'apport volontaire et deux qui n'ont aucun système de récupération.

Dans le cadre de la campagne d'information, les agents d'information ont visité uniquement les résidents des secteurs urbains des municipalités qui participent à la collecte porte-à-porte.

Collecte porte-à-porte	Apport Volontaire	Aucun
Sainte-Marguerite-Marie	St-Zénon-du-Lac-Humqui	St-Noël
Sainte-Florence	St-Léon-le-Grand	St-Moïse
Causapscal	St-Tharcisius	
Albertville	St-Vianney	
Sainte-Irène	St-Damase	
Amqui	St-Cléophas	
Lac-au-Saumon		
Saint-Alexandre-des-Lacs		
Val-Brillant		
Sayabec		

2.2 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 : Cédric Dostaler, Andrée-Anne Lévesque, Nadine Leclerc et Michaël Savoie. Le salaire des étudiants étaient en partie subventionné par le programme Carrière-été de Développement des Ressources Humaines Canada.

Un billet de courtoisie a été réalisé, pour être présenté et remis à la population lors des visites porte-à-porte. Ce document permet aux résidents d'auto-évaluer leur bac bleu et d'avoir une liste plus approfondie de ce qui n'est pas récupérable. On retrouve également sur ce document, une liste de commerces et organismes qui récupèrent certaines matières résiduelles (voir annexe 1). Après avoir donné l'information, les agents vérifiaient le bac et notaient les points à améliorer sur le billet de courtoisie. Pour terminer leur visite, les gens répondaient à un sondage sur le compostage. Le but du sondage était de connaître la proportion des gens qui font du compostage, de les informer brièvement sur le sujet et de voir quelle alternative peut être envisagée pour diminuer la quantité de matières putrescibles qui se retrouve au site d'enfouissement sanitaire. Avant de quitter, les agents remettaient aux citoyens, un signet aide mémoire et le billet de courtoisie (voir annexe 2).

Les agents effectuaient deux tentatives de visite, si les résidents n'étaient pas présents à la deuxième visite, les agents laissaient les documents d'information coincés dans la porte.

2.2.1 Formation reçue

Les agents ont reçu une formation au Centre de Formation en Entreprise de Récupération (CFER) Matapédia-Mitis de 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 le compostage, donnée par Mme Annick Lavoie du Regroupement Écolo-Vallée. Cette formation leur a permis de :

- 1- savoir ce qu'est le compost.
- 2- pourquoi faire du compost.
- 3- quoi composter.
- 4- connaître les matières à éviter.
- 5- comment composter.
- 6- connaître quelques conseils pratiques.

Pour compléter cette formation, les agents ont effectué des mises en situation (résident 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 résidents;
- 2- d'analyser le temps qu'il faut pour faire une présentation et à gérer ce temps en fonction des types de résidents;
- 3- d'identifier les sujets à aborder et à ne pas aborder avec le résident.

2.2.2 Participation

En consultant le tableau 2, vous pourrez constater que le nombre total de foyers visités est de **3847**. De ce nombre, **73%** des résidents étaient présents et **23%** étaient absents.

Sur les 3847 foyers visités, 2257 ont répondu au sondage sur le compostage. De ce nombre 11% font du compost, 88% n'en font pas et 1% disent qu'ils en feront bientôt.

Dans notre sondage, on offrait aux gens deux choix pour effectuer le compostage, soit une troisième collecte, qui pourrait entraîner des coûts élevés sur le compte de taxes, à cause de l'instauration d'un site de compostage conforme aux normes environnementales et l'opération de ce site. Ce type de cueillette donne également un compost de moins bonne qualité, à cause de contaminants qui peuvent se trouver à l'intérieur des matières récupérées. L'autre option qui était donnée aux gens, était de faire son propre compost, ce qui n'occasionnerait pas d'augmentation du compte de taxes, mais seulement l'achat ou la fabrication d'un composteur. Ce type de

compostage donne également une meilleure qualité de compost, s'il est fait comme il le faut. Nous avons également offert aux gens de nous donner d'autres solutions pour diminuer nos quantités de matières putrescibles.

Les résultats pour cette question est 30% pour la collecte trois voies et 47% pour le compostage domestique. Plusieurs personnes nous ont proposé de faire du compost en commun, soit par quartier ou avec deux ou trois voisins. Pour les gens qui n'ont pas beaucoup de volume, cette solution pourrait être une bonne alternative. Plusieurs personnes n'ont pas voulu répondre à cette question.

Tableau 2			
Détail des visites- Août 2002			
<i>Nom</i>	<i>Visité</i>	<i>Présent</i>	<i>Absent</i>
Causapsal	724	546	178
Lac-au-Saumon	323	262	61
St-Alexandre-des-Lacs	66	57	7
Ste-Irène	30	29	1
Val-Brillant	249	174	75
Sayabec	589	424	165
Ste-Florence	125	110	15
Ste-Marguerite-Marie	57	45	12
Albertville	28	22	6
Amqui	1656	1120	536
TOTAL :	3847	2791	1056
Pourcentage :	100%	73%	27%

2.2.3 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 (voir annexe 2).

2.3 Commentaires

Dans l'ensemble, la campagne d'information a eu un impact favorable et a été un beau défi à relever pour les étudiants. 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 Centre de tri et de diminuer le taux de rejets du Centre, ainsi que de protéger notre environnement matapédien. Malgré certaines réticences à vouloir faire du compostage, les gens ont pu être informés un peu sur ce sujet et ainsi commencer à laisser tomber certaines craintes face à ce genre de récupération.

3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE

Au tableau 3, vous retrouverez le budget de la campagne d'information. Le budget total de la campagne est de 17 215,00 \$, de ce montant 10 360,00\$ provient de diverses subventions dont :

- Subvention salariale du Programme Placement Carrière-été, de Développement des Ressources Humaines Canada, qui équivaut à 86% du salaire soit un montant de 6 860,00\$
- Subvention de la Société des Alcools du Québec de 3 500,00\$

Description	Montant
Programme Placement Carrière-été	
Subvention salariale (3 $\frac{1}{2}$ étudiants)	6 860,00 \$
Participation de la MRC de La Matapédia	6 000,00 \$
SAQ	3 500,00 \$
Montant total du financement	17 215,00 \$

Aux tableaux 4 et 5, vous retrouverez la répartition des coûts pour la campagne d'information, ainsi que le financement des dépenses.

Tableau 4 Coût de la Campagne d'information - 2002	
Description	Montant
Agents d'information (4 étudiants)	
- Salaire (7,00\$/hr, 35 hrs/semaines, total 35 semaines)	8 575,00 \$
- Charge sociale de l'employeur (14,56% du salaire)	1 248,52 \$
Frais de déplacement :10 \$/jour, 73 jours de déplacement	730,00 \$
Dépliants (Qte : 10 000)	2959,44 \$
Messages radiophoniques	- \$
Papeterie (feuille d'évaluation du bac)	900,00 \$
Coordination (Nancy Bergeron)	3 311,00 \$
Coût total du projet	17 723,96 \$

Tableau 5 Financement de la campagne d'information - 2002	
Description	Montant
Programme Placement Carrière-été	
- Subvention salariale (3 ½ étudiants)	6 860,00 \$
- Remboursement de la charge sociale de l'employeur	998,82 \$
Participation de la MRC de La Matapédia	6 365,14 \$
SAQ	3 500,00 \$
Montant total du financement	17 723,96 \$

ANNEXE 1
BILLET DE COURTOISIE ET
SIGNET

ANNEXE 2
ARTICLES DE JOURNAUX