

**BILAN DE LA CAMPAGNE D'INFORMATION, DE SENSIBILISATION ET
D'ÉDUCATION À L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ ET DE LA QUANTITÉ
DES MATIÈRES RÉSIDUELLES RÉCUPÉRÉES DANS L'EST DU QUÉBEC**

ÉTÉ- 2004

MRC DE LA MITIS

PRÉPARÉ PAR :

Nancy Bergeron, tech.

MRC DE LA MITIS



Septembre 2004

TABLES DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	1
2. CAMPAGNE D'INFORMATION	1
2.1 TERRITOIRE	1
2.2 VISITES À DOMICILE.....	2
2.2.1 FORMATION REÇUE	3
2.2.2 PARTICIPATION.....	3
2.2.3 LANCEMENT DE LA CAMPAGNE.....	4
2.2.4 RÉSULTATS DU SONDAGE	4
2.3 COMMENTAIRES.....	6
3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE.....	7

ANNEXE 1	FEUILLET D'INFORMATION
ANNEXE 2	DÉPLIANT
ANNEXE 3	PUBLICITÉ DANS LE JOURNAL
ANNEXE 4	PIÈCES JUSTIFICATIVES

1. INTRODUCTION

Le présent document est le bilan de la campagne d'information, de sensibilisation et d'éducation à l'amélioration de la qualité et de la quantité des matières résiduelles récupérées pour l'année 2004 dans la MRC de La Mitis. L'activité principale a été une campagne de sensibilisation porte à porte, dans certaines municipalités de la MRC de La Mitis. La campagne de sensibilisation a débuté officiellement le 14 juin pour se terminer le 30 juillet 2004.

2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation a débuté le 14 juin 2004 dans six municipalités de la MRC. La durée de cette campagne a été de 14 semaines, soit deux agents d'information, sur une période de 7 semaines. Les objectifs de la campagne étaient d'informer la population sur 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

Dans le cadre de la campagne d'information, les agents d'information ont visité uniquement les résidants des secteurs urbains de certaines municipalités qui participent à la collecte sélective porte à porte. Le manque de temps, de personnel et de financement ont fait en sorte que seulement six municipalités sur seize ont été visitées, soit les municipalités de Grand-Métis, Métis-sur-Mer, Saint-Octave-de-Métis, Padoue, Sainte-Flavie et une partie de la ville de Mont-Joli.

2.2 Visites à domicile

Deux 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 sélective. Ces agents étaient : Marc-André Kemp et Pierre-Michel Jalbert. Les étudiants étaient payés au salaire minimum et leur salaire était

subventionné par le programme Placement Carrière-été de Ressources Humaines et Développement des Compétences 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 résidants 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 contenu du bac et notaient les points à améliorer sur le billet de courtoisie. Un signet de porte aide mémoire était également remis aux gens à la fin de la rencontre. Cet aide mémoire mentionne aux gens les matières qui sont récupérables et celles qui ne le sont pas. Tout au long de leur rencontre, les gens répondaient à un sondage. Ce sondage avait pour but de connaître le taux de participation à la collecte sélective, quelles matières sont récupérées par les gens et bien d'autres questions. En tout, 7 questions étaient posées en lien avec la récupération. Avant de quitter, les agents remettaient aux citoyens le signet (voir annexe 2).

Les agents effectuaient deux tentatives de visite, si les résidants 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 deux jours.

Cette formation a permis aux agents :

- 1- de faire un retour sur les matières récupérables et non-récupérables;
- 2- de connaître le fonctionnement d'une chaîne de tri;
- 3- de comprendre la condition des employés du centre de tri en travaillant eux-mêmes durant plus d'une journée sur la chaîne de tri;
- 4- de comprendre l'importance d'acheminer des matières récupérables propres.

Pour compléter cette formation, les agents ont effectué des mises en situation (résidant agressif, positif, négatif ou 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.

2.2.2 Participation

Lors de cette activité, les étudiants ont visité **1 308** foyers. De ce nombre, **67%** des résidants étaient présents et **33%** étaient absents. Les municipalités visitées lors de cette campagne sont : Grand-Métis, Mont-Joli, Padoue, Sainte-Flavie, Saint-Octave-de-Métis et ville de Métis-sur-Mer.

2.2.3 Lancement de la campagne

Il y a eu une conférence de presse le 15 juin 2004 à Matane pour annoncer le début de la vaste campagne d'information, de sensibilisation et d'éducation à l'amélioration de la qualité et de la quantité des matières résiduelles récupérées dans l'Est-du-Québec. Une publicité est aussi parue dans le journal local (voir annexe 3) et l'annonce de la venue des agents d'information dans les résidences de la MRC a également été faite à la radio lors du bulletin de nouvelles locales et dans certains journaux municipaux.

2.2.4 Résultats du sondage

Sur les 1 308 foyers visités, 598 ont répondu au sondage. Le tableau 3 - *Résultat du sondage 2004* donne en détail les résultats du sondage.

Ce sondage nous permet de constater que 100% des citoyens qui ont répondu à ce questionnaire participaient déjà au service de collecte sélective. On remarque aussi que le papier est la matière qui se retrouve en plus grande quantité dans le bac de récupération avec une proportion de 32%, suivi du carton et du plastique qui ont une proportion respective de 20% et de 17%.

Les campagnes d'information porte à porte sont de très bons moyens de communication. Le sondage nous démontre que même si les gens se disaient bien informés sur le sujet, ils apprenaient quand même de nouvelles informations sur la récupération dans 92% des cas. Dans 26% des cas les gens ont répondu que le meilleur moyen de communication était le dépliant, dans 23% des cas le journal et en troisième lieu la campagne d'information porte à porte avec 20%. La campagne d'information reste probablement, malgré le résultat du sondage le meilleur moyen de communication, car il permet d'entrer en contact directement avec les gens et de répondre à leurs questions sur les divers sujets qui sont abordés. Le dépliant reste tout de même un bon aide mémoire, lorsqu'il est donné durant les campagnes d'information porte à porte. En ce qui concerne le journal, les encadrés doivent être de bonne grosseur et parfois même de couleur différente pour pouvoir attirer l'attention des gens.

Tableau 3 - Résultats du sondage 2003		
Question	Réponse	%
1- Est-ce que vous participez à la collecte sélective ?	Oui	100 %
	Non	0 %
2- Actuellement croyez-vous être bien informé sur ce que vous devez récupérer ?	Oui	95 %
	Non	5 %
3- Si oui, selon vous, quel pourcentage de matières récupérées, par catégorie, disposez-vous dans votre bac ?	Papier	32 %
	Carton	20 %
	Verre	12 %
	Plastique	17 %
	Métal	15 %
	Aluminium	4 %
	Autres	0 %
4- Comment procédez-vous habituellement pour obtenir de l'information sur les matières qui peuvent être mises ou non dans le bac de récupération ?	Municipalité	6 %
	Ligne info Recyc-Québec	0 %
	Organisme ou groupe environnemental	0 %
	Internet	1 %
	Aucune de ces réponses	93 %

Tableau 3 (suite)- Résultats du sondage 2003		
Question	Réponse	%
5- Selon vous, quel moyen de communication est le plus en mesure de rejoindre la majorité de la population?	Journaux	23 %
	Radio	7 %
	TV	17 %
	Porte à porte	20 %
	Dépliant	26 %
	Autres	7 %
6- Suite à l'information transmise par l'agent d'information, pensez-vous participer à la collecte sélective ?	Oui	67 %
	Non	3 %
7- Suite à l'information que je vous ai transmise, croyez-vous être mieux informé sur ce que vous pouvez récupérer ?	Oui	92 %
	Non	8 %

2.3 Commentaires

Dans l'ensemble, la campagne d'information a eu un impact favorable et a été une belle expérience de travail 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 de tri, ainsi que de protéger notre environnement en réduisant la quantité de déchets acheminés au lieu d'enfouissement sanitaire.

3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE

Aux tableaux 4 et 5, vous retrouverez le budget et le financement de la campagne d'information. Le budget total de la campagne est de 14 182,01\$, de ce montant 9 680,00\$ provient de diverses subventions dont :

- Subvention salariale du Programme Placement Carrière-été, Ressources Humaines et Développement des Compétences Canada, pour le salaire des étudiants un montant de 4 180,00\$
- Subvention de la Société des Alcools du Québec de 3 000,00\$
- Subvention de Collecte Sélective Québec au montant de 2 500,00\$

Mentionnons que sans la participation financière de ces partenaires financiers, la campagne d'information et de sensibilisation 2004 n'aurait pu avoir lieu.

Tableau 4 Budget de la Campagne d'information - 2004	
Description	Montant
Agents d'information (2 étudiants)	
- Salaire (7,45\$/hre, 35 hres/semaines, total 14 semaines)	3 650,50 \$
- Charge sociale de l'employeur (14,56% du salaire)	531,51 \$
Frais de déplacement	1 400,00 \$
Dépliants	3 300,00 \$
Papeterie	1 000,00 \$
Coordination (Nancy Bergeron)	4 300,00 \$
Coût total du projet	14 182,01 \$

Tableau 5 Financement de la campagne d'information - 2004	
Description	Montant
Programme Placement Carrière-été	
- Subvention salariale (2 étudiant)	3 650,00 \$
- Remboursement de la charge sociale de l'employeur	530,00 \$
Participation de la MRC de La Mitis	4 502,01 \$
SAQ	3 000,00 \$
Collecte Sélective Québec	2 500,00 \$
Montant total du financement	14 182,01 \$

ANNEXE 1
FEUILLET COMPLÉMENTAIRE

ANNEXE 2
DÉPLIANT

ANNEXE 3
PUBLICITÉ DANS LE JOURNAL

ANNEXE 4
PIÈCES JUSTIFICATIVES