

**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 MATAPÉDIA**

PRÉPARÉ PAR :

Nathalie Lévesque, ing.  
et  
Nancy Bergeron, tech.

**MRC DE LA MATAPÉDIA**



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 Matapédia. L'activité principale a été une campagne de sensibilisation porte à porte, dans certaines municipalités de la MRC de La Matapédia desservies par le service de collecte sélective porte à porte. La campagne de sensibilisation a débuté officiellement le 14 juin pour se terminer le 6 août 2004.

## 2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation a débuté le 14 juin 2004 dans les municipalités où il y a un service de collecte sélective porte à porte des matières récupérables. La durée de cette campagne a été de 16 semaines, soit deux agents d'information, sur une période de 8 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

Tel que décrit dans le tableau 1 - *Type de récupération par municipalité*, sur le territoire de la MRC de La Matapédia, il y a dix municipalités qui disposent d'un système de collecte porte à porte, sept d'un système d'une collecte par apport volontaire et une qui ne possède aucun système de récupération.

Dans le cadre de la campagne d'information, les agents d'information ont visité uniquement les résidents 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 dix ont été visitées, soit les municipalités de Ste-Irène, Val-Brillant, Sayabec, Amqui, Lac-au-Saumon et St-Alexandre-des-Lacs.

| Tableau 1<br>Type de système de récupération par municipalité |                        |          |
|---|------------------------|----------|
| Collecte porte-à-porte  | Apport Volontaire      | Aucun    |
| Sainte-Marguerite-Marie                                       | St-Zénon-du-Lac-Humqui | St-Moïse |
| Sainte-Florence   | St-Léon-le-Grand       |          |
| Causapscal  | St-Tharcisius          |          |
| Albertville   | St-Vianney             |          |
| Sainte-Irène  | St-Damase              |          |
| Amqui   | St-Cléophas            |          |
| Lac-au-Saumon   | St-Noël                |          |
| Saint-Alexandre-des-Lacs                                      |                        |          |
| Val-Brillant  |                        |          |
| Sayabec   |                        |          |

## 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 : Kaven Charest-Boulianne et Lisa-Marie Bélanger. 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 dépliant était remis à chaque résidence, pour sensibiliser les gens sur les matières à récupérer. Ce dépliant sert également d'aide mémoire, il mentionne aux gens ce qui est récupérable, ce qui ne l'est pas et comment disposer des matières. Un feuillet est aussi remis aux gens leur mentionnant les matières qui ne sont pas récupérables. Ce feuillet contient également une liste d'organismes qui récupèrent certaines matières qui ne sont pas récupérées par le centre de tri (voir annexe 1). 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 dépliant (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 deux jours.

Cette formation a permis aux agents :

- de faire un retour sur les matières récupérables et non-récupérables;
- de connaître le fonctionnement d'une chaîne de tri;
- de comprendre la condition des employés du centre de tri en travaillant eux-mêmes durant plus d'une journée sur la chaîne de tri;
- 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 :

- de sensibiliser les agents d'information sur l'attitude à adopter face aux résidants;
- d'analyser le temps qu'il faut pour faire une présentation et à gérer ce temps en fonction des types de résidants;
- 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 **1 623** foyers. De ce nombre, **75%** des résidants étaient présents et **25%** étaient absents. Les municipalités qui ont été visitées sont : Sainte-Irène, Amqui, Val-Brillant, Sayabec, Lac-au-Saumon et Saint-Alexandre-des-Lacs.

### 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.

#### 2.2.4 Résultats du sondage

Sur les 1 623 foyers visités, 754 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 33%, suivi du carton et du plastique qui ont une proportion respective de 18% 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 95% des cas. Dans 30% des cas les gens ont répondu que le meilleur moyen de communication était le journal, dans 26% des cas le dépliant envoyé par la poste et en troisième lieu la campagne d'information porte à porte avec 16%. 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 2004  |                                     |       |
|--|-------------------------------------|-------|
| 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                              | 33 %  |
|  | Carton                              | 18 %  |
|  | Verre                               | 12 %  |
|  | Plastique                           | 17 %  |
|  | Métal                               | 15 %  |
|  | Aluminium                           | 3 %   |
|  | 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                        | 8 %   |
|  | Ligne info Recyc-Québec             | 0 %   |
|  | Organisme ou groupe environnemental | 0 %   |
|  | Internet                            | 1 %   |
|  | Aucune de ces réponses              | 91 %  |
| 5- Selon vous, quel moyen de communication est le plus en mesure de rejoindre la majorité de la population?  | Journaux                            | 30 %  |
|  | Radio                               | 13 %  |
|  | TV                                  | 10 %  |
|  | Porte à porte                       | 16 %  |
|  | Dépliant                            | 26 %  |
|  | Autres                              | 5 %   |
| 6- Suite à l'information transmise par l'agent d'information, pensez-vous participer à la collecte sélective ?                                     | Oui                                 | 100 % |
|  | Non                                 | 0 %   |
| 7- Suite à l'information que je vous ai transmise, croyez-vous être mieux informé sur ce que vous pouvez récupérer ?                               | Oui                                 | 95 %  |
|  | Non                                 | 5 %   |

## 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, 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 12 776,00\$, de ce montant 10 276,00\$ 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 4 776,00\$
- 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.

| <b>Tableau 4</b>  |                     |
|---|---------------------|
| <b>Budget de la Campagne d'information - 2004</b>           |                     |
| <b>Description</b>  | <b>Montant</b>      |
| Agents d'information ( 2 étudiants)                         |                     |
| - Salaire (7,45\$/hre, 35 hres/semaines, total 16 semaines) | 4 172,00 \$         |
| - Charge sociale de l'employeur (14,56% du salaire)         | 604,00 \$           |
| Frais de déplacement  | 2 000,00 \$         |
| Papeterie   | 1 000,00 \$         |
| Coordination (Nancy Bergeron)                               | 5 000,00 \$         |
| <b>Coût total du projet</b>                                 | <b>12 776,00 \$</b> |

| <b>Tableau 5</b>                                       |                     |
|--|---------------------|
| <b>Financement de la campagne d'information - 2004</b> |                     |
| <b>Description</b>                                     | <b>Montant</b>      |
| Programme Placement Carrière-été                       |                     |
| - Subvention salariale (2 étudiant)                    | 4 172,00 \$         |
| - Remboursement de la charge sociale de l'employeur    | 604,00 \$           |
| Participation de la MRC de La Matapédia                | 2 500,00 \$         |
| SAQ  | 3 000,00 \$         |
| Collecte Sélective Québec                              | 2 500,00 \$         |
| <b>Montant total du financement</b>                    | <b>12 776,00 \$</b> |

**ANNEXE 1**  
FEUILLET COMPLÉMENTAIRE

**ANNEXE 2**  
**DÉPLIANT**

**ANNEXE 3**  
PUBLICITÉ DANS LE JOURNAL

ANNEXE 4  
PIÈCES JUSTIFICATIVES