

**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- 2005
MRC DE LA MITIS**

PRÉPARÉ PAR :

Nancy Bergeron, tech.



Août 2005

TABLES DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	1
2. CAMPAGNE D'INFORMATION	1
2.1 TERRITOIRE	1
2.2 VISITES À DOMICILE.....	1
2.2.1 FORMATION REÇUE	2
2.2.2 PARTICIPATION.....	3
2.2.3 LANCEMENT DE LA CAMPAGNE.....	3
2.2.4 RÉSULTATS DU SONDAGE	3
2.3 COMMENTAIRES.....	5
3. BUDGET TOTAL DE LA CAMPAGNE.....	5

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

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 2005 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 27 juin pour se terminer le 12 août 2005.

2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation a débuté le 27 juin 2004 dans onze 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, les nouvelles matières récupérées par le centre de tri, 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 résidents des secteurs urbains des municipalités qui participent à la collecte sélective porte à porte, qui n'avaient pas été visitées l'an dernier. Les municipalités qui ont reçu la visite des agents d'information sont : Mont-Joli, Sainte-Luce, La Rédemption, Sainte-Jeanne-d'Arc, Saint-Charles-Garnier, Saint-Gabriel-de-Rimouski, Les Hauteurs, Price, Saint-Joseph-de-Lepage, Saint-Donat et Sainte-Angèle-de-Mérici.

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 : Krystell Lévesque et Vincent Dufour. 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 et le billet de courtoisie (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 **857** foyers. De ce nombre, **49%** des résidants étaient présents et **51%** étaient absents. Le fort taux d'absentéisme est difficile à expliquer. Il est peut-être tout simplement dû à la belle température que nous avons eu cette année, car celle des années passées était vraiment mauvaise (pluie abondante et température froide). Les municipalités visitées lors de cette campagne sont : Mont-Joli, Sainte-Luce, La Rédemption, Sainte-Jeanne-d'Arc, Saint-Charles-Garnier, Saint-Gabriel-de-Rimouski, Les Hauteurs, Price, Saint-Joseph-de-Lepage, Saint-Donat et Sainte-Angèle-de-Mérici.

2.2.3 Lancement de la campagne

Cette année il n'y a pas eu de conférence de presse à l'échelle de l'Est du Québec. Une publicité est parue dans le journal local (voir annexe 3).

2.2.4 Résultats du sondage

Sur les 857 foyers visités, 180 ont répondu au sondage. Le tableau 3 - *Résultat du sondage 2005* donne en détail les résultats du sondage.

Ce sondage nous permet de constater que 99% 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 36%, suivi du carton et du plastique qui ont une proportion respective de 19% 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 98% des cas. Dans 33% des cas les gens ont répondu que le meilleur moyen de communication était le journal, dans 17% des cas la télévision et en troisième lieu la campagne d'information porte à porte et le dépliant avec 16% chacun. La campagne d'information reste probablement, malgré le résultat du sondage le meilleur moyen de communication, car elle 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. Pour ce qui est de la télévision, il faudrait surtout s'adresser à la télévision communautaire pour que les gens se sentent vraiment concernés.

Tableau 3 - Résultats du sondage 2005		
Question	Réponse	%
1- Est-ce que vous participez à la collecte sélective ?	Oui	99 %
	Non	1 %
2- Actuellement croyez-vous être bien informé sur ce que vous devez récupérer ?	Oui	98 %
	Non	2 %
3- Si oui, selon vous, quel pourcentage de matières récupérées, par catégorie, disposez-vous dans votre bac ?	Papier	36 %
	Carton	19 %
	Verre	9 %
	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	5 %
	Ligne info Recyc-Québec	1 %
	Organisme ou groupe environnemental	1 %
	Internet	1 %
	Aucune de ces réponses	93 %

Tableau 3 (suite)- Résultats du sondage 2005		
Question	Réponse	%
5- Selon vous, quel moyen de communication est le plus en mesure de rejoindre la majorité de la population?	Journaux	33 %
	Radio	12 %
	TV	17 %
	Porte à porte	16 %
	Dépliant	16 %
	Autres	7 %
6- Suite à l'information transmise par l'agent d'information, pensez-vous participer à la collecte sélective ?	Oui	99 %
	Non	1 %
7- Suite à l'information que je vous ai transmise, croyez-vous être mieux informé sur ce que vous pouvez récupérer ?	Oui	98 %
	Non	2 %

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 11 066,00\$, de ce montant 8 430,00\$ 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 4 266,00\$
- Subvention de la Société des Alcools du Québec de 3 000,00\$
- Subvention de la Caisse populaire de La Mitis au montant de 1 250,00\$

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 - 2005	
Description	Montant
Agents d'information (2 étudiants)	
- Salaire (7,60\$/hre, 35 hres/semaines, total 14 semaines)	3 724,00 \$
- Charge sociale de l'employeur (14,56% du salaire)	542,00 \$
Frais de déplacement	1 500,00 \$
Papeterie	1 000,00 \$
Coordination (Nancy Bergeron)	4 300,00 \$
Coût total du projet	11 066,00 \$

Tableau 5	
Financement de la campagne d'information - 2005	
Description	Montant
Programme Placement Carrière-été	
- Subvention salariale (2 étudiants)	3 724,00 \$
- Remboursement de la charge sociale de l'employeur	542,00 \$
Participation de la MRC de La Mitis	2 550,00 \$
SAQ	3 000,00 \$
Caisse populaire de La Mitis	1 250,00 \$
Montant total du financement	11 066,00 \$

ANNEXE 1
FEUILLET D'INFORMATION

ANNEXE 2
DÉPLIANT

ANNEXE 3
PUBLICITÉ DANS LE JOURNAL