

**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- 2006

MRC DE LA MATAPÉDIA

PRÉPARÉ PAR :

Nancy Bergeron, tech.

MRC DE LA MATAPÉDIA



Août 2006

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	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

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 2006 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, nouvellement desservies par le service de collecte sélective porte à porte. La campagne de sensibilisation a débuté officiellement le 5 juin pour se terminer le 14 juillet 2006.

2. CAMPAGNE D'INFORMATION

La campagne d'information et de sensibilisation porte à porte a débuté le 13 juin 2006 dans les municipalités où le service de collecte sélective porte à porte des matières récupérables vient d'être implanté. La durée de cette campagne a été de 60 jours, soit deux agents d'information, sur une période de 30 jours chacun. 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

Depuis juin 2006 ce sont les 18 municipalités qui disposent d'un système de collecte sélective porte à porte. Ce sont donc les quatre nouvelles municipalités à implanter ce système de collecte qui ont été visitées, soit Saint-Damase, Saint-Moïse, Saint-Zénon-du-Lac-Humqui et Saint-Léon-le-Grand.

2.2 Visites à domicile

Au total, 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 : Patrick Deroy et Julien Chenel. Les étudiants recevaient 10,00\$ l'heure et leur salaire était subventionné en partie par le programme Placement Carrière-été de Ressources Humaines et Développement des Compétences Canada. Une subvention de sept semaines par étudiant a été accordée par le RHDC. La semaine qui restait à la subvention a permis de débiter une autre campagne dans un autre secteur d'activité, les étudiants ont été prolongé de 3 semaines par la suite pour terminer la deuxième campagne.

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 et ce qui ne l'est pas. Un feuillet était 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). Un document sur le compostage était également remis aux gens qui désiraient avoir de l'information sur ce sujet.

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, 13 questions étaient posées en lien avec la gestion des matières résiduelles. Les agents vérifiaient également le contenu du bac de récupération, afin de vérifier les points à améliorer. Avant de quitter, les agents remettaient aux citoyens le dépliant et les autres documents.

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 quatre 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 toute 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 reçu de l'information sur le compostage, le vermicompostage et sur les résidus domestiques dangereux.

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 une journée et demie sur la chaîne de tri;
- de comprendre l'importance d'acheminer des matières récupérables propres;
- de connaître les principes du compostage et son importance;
- de connaître l'importance de bien gérer les résidus domestiques dangereux.

2.2.2 Participation

Lors de cette activité, les étudiants ont visité **994** foyers. De ce nombre, **78%** des résidents étaient présents et **22%** étaient absents. Les municipalités qui ont été visitées sont : Saint-Damase, Saint-Moïse, Saint-Zénon-du-Lac-Humqui et Saint-Léon-le-Grand.

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 994 foyers visités, 210 ont répondu au sondage. Le tableau 3 - *Résultat du sondage 2006* donne en détail les résultats du sondage.

Ce sondage nous permet de constater que 98% des citoyens qui ont répondu à ce questionnaire participaient déjà au service de collecte sélective. On remarque aussi que le carton est la matière qui se retrouve en plus grande quantité dans le bac de récupération avec une proportion de 24%, suivi du plastique et du papier qui ont une proportion respective de 21% et de 19%.

Le compostage dans les municipalités visitées semble moins populaire que dans les municipalités visitées l'an dernier, car dans ces municipalités, 24% des gens font du compostage domestique et 6% vont commencer bientôt, ce qui représente près du tiers de la population.

En ce qui concerne les herbes et les feuilles, très peu de gens se préoccupent de ces matières, c'est donc dire que la majorité des gens laissent ces matières au sol, dans une proportion de 87% pour les herbes et de 37% pour les feuilles mortes. Seulement 9% des gens jettent les résidus de gazon et 3% jettent les feuilles mortes, ce qui est une excellente nouvelle.

Pour ce qui est de la gestion des résidus domestiques dangereux (RDD), il reste beaucoup de sensibilisation à faire, tout de même 46% des gens ont dit qu'ils participeraient à la collecte du 9 septembre prochain.

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 96% des cas. Dans 64% des cas les gens ont répondu que le meilleur moyen de communication était le porte à porte et dans 11% des cas le journal, le dépliant envoyé par la poste et la télévision. La campagne d'information reste 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 couleurs différentes pour pouvoir attirer l'attention des gens.

Tableau 3 - Résultats du sondage 2006		
Question	Réponse	%
1- Est-ce que vous participez à la collecte sélective ?	Oui	98 %
	Non	2 %
2- Actuellement croyez-vous être bien informé sur ce que vous devez récupérer ?	Oui	84 %
	Non	16 %
3- Si oui, selon vous, quel pourcentage de matières récupérées, par catégorie, disposez-vous dans votre bac ?	Papier	19 %
	Carton	24 %
	Verre	13 %
	Plastique	21 %
	Métal	13 %
	Aluminium	10 %
	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	33 %
	Ligne info Recyc-Québec	0 %
	Organisme ou groupe environnemental	0 %
	Internet	1 %
	Aucune de ces réponses	66 %
5- Faites-vous du compostage domestique?	Bientôt	13 %
	Oui	8 %
	Non	80 %
6- Que faites-vous avec vos résidus de gazon?	Laissés sur place	87 %
	Compostés	3 %
	Ramassés et jetés	9 %
	Autres	1 %
	Si jetés, combien de sacs par semaine	1,8 sacs/sem./résidence
7- Que faites-vous avec vos feuilles mortes?	Ne s'applique pas	37 %
	Laissées sur place	30 %
	Compostées	8 %
	Ramassées et jetées	21 %
	Autres	3 %
	Si jetées, combien de sacs par année	2,7 sacs/année/résidence

Tableau 3 - Résultats du sondage 2006 (suite)		
Question	Réponse	%
8- Avez-vous des résidus domestiques dangereux?	Oui	58 %
	Non	42 %
9- Si oui, comment en disposez-vous?	Enfouissement	51 %
	Retour au commerce	6 %
	Entreposage	22 %
	Réutilise	5 %
	Collecte de RDD	16 %
10- Allez-vous participer à la collecte de RDD du 9 septembre prochain?	Oui	46 %
	Non	54 %
11- Selon vous, quel moyen de communication est le plus en mesure de rejoindre la majorité de la population?	Journaux	11 %
	Radio	1 %
	TV	11 %
	Porte à porte	64 %
	Dépliant	11 %
	Autres	1 %
12- Suite à l'information transmise par l'agent d'information, pensez-vous participer à la collecte sélective ?	Oui	99 %
	Non	1 %
13- Suite à l'information que je vous ai transmise, croyez-vous être mieux informé sur ce que vous pouvez récupérer ?	Oui	96 %
	Non	4 %

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 des municipalités de la MRC qui venaient d'adhérer au système de collecte sélective porte à porte. Les gens ont pu être informés sur les matières qui sont récupérables ou non ainsi que sur la façon de procéder afin d'améliorer la qualité des matières acheminées au Centre de tri, de diminuer le taux de rejets du CFER, ainsi que de protéger notre environnement en réduisant la quantité de déchets acheminés au lieu d'enfouissement sanitaire. Toutefois, nous ne croyons pas refaire ce type de campagne l'an prochain, étant donné que cette forme de sensibilisation est en place depuis maintenant 6 ans. Nous pensons plutôt faire une campagne de vérification des bacs. Les bacs qui sont placés en bordure du chemin lors de la journée de collecte seraient vérifiés systématiquement. Des billets de courtoisie seraient mis dans les bacs, afin d'indiquer aux gens les modifications à faire afin d'améliorer la qualité des matières acheminées au centre de tri. Pour les bacs qui ont des ordures à l'intérieur, le bac serait fermé avec du ruban adhésif, afin d'empêcher sa

collecte et un billet serait collé sur le bac afin de mentionner aux citoyens la raison pour laquelle son bac n'a pas été collecté.

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 9 300,00\$, de ce montant 6 729,00\$ 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 3 729,00\$
- Subvention de la Société des Alcools du Québec de 3 000,00\$

Mentionnons que le RHDC nous a subventionné deux étudiants pour une période de 7 semaines. La semaine restante a permis aux étudiants de débiter une autre campagne de sensibilisation qui avait lieu dans les ICI, mais qui n'était pas en lien avec la présente campagne. Notez que sans la participation financière de ces partenaires financiers, la campagne d'information et de sensibilisation 2006 n'aurait pu avoir lieu.

Tableau 4	
Budget de la Campagne d'information - 2006	
Description	Montant
Agents d'information (2 étudiants)	
- Salaire (10,00\$/hre, 35 hres/semaines, total 12 semaines)	4 200,00 \$
- Charge sociale de l'employeur (14,56% du salaire)	600,00 \$
Frais de déplacement	1 000,00 \$
Papeterie et matériel	1 000,00 \$
Coordination (Nancy Bergeron)	2 500,00 \$
Coût total du projet	9 300,00 \$

Tableau 5	
Financement de la campagne d'information - 2006	
Description	Montant
Programme Placement Carrière-été	
- Subvention salariale (2 étudiants)	3 255,00 \$
- Remboursement de la charge sociale de l'employeur	474,00 \$
Participation de la MRC de La Matapédia	2 571,00 \$
SAQ	3 000,00 \$
Montant total du financement	9 300,00 \$

ANNEXE 1
FEUILLET D'INFORMATION

ANNEXE 2
DÉPLIANT

ANNEXE 3
PUBLICITÉ DANS LE JOURNAL