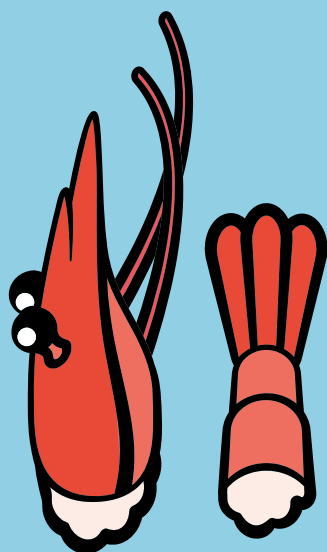


# TRI DES DÉCHETS ALIMENTAIRES LA BOÎTE À IDÉES



---

**Ce document est à la disposition des collectivités pour savoir quoi faire en termes de communication et quand le faire.** Dans cette boîte à idées, il y a : des outils afin de déployer pas à pas la campagne sur le tri des déchets alimentaires, des suggestions d'événements ou d'actions à mettre en œuvre et la liste des moyens disponibles pour communiquer sur la démarche. Ces propositions ne sont pas figées : toute initiative complémentaire est bonne.

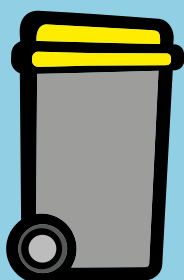
# LE CALENDRIER, EN BREF

OUTILS	3 MOIS AVANT	1 MOIS AVANT	1 SEMAINE AVANT	6 MOIS APRÈS	1 FOIS PAR AN
Diffusion articles					
Réunions cibles relais					
Événement local / national					
Événement local					
Campagne affiches					
Encarts presse					
Campagne web					
Journée sensibilisation					
Porte-à-porte éco-animateurs					
Diffusion articles					
Campagne virale					
Conférence de presse					
Animations éco-animateurs					
Diffusion articles					
Un questionnaire					
Un mini-forum de restitution					
Un événement festif					
Diffusion des résultats					

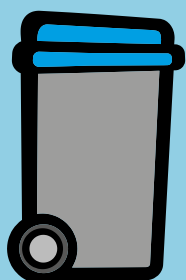
## ATTENTION À LA COULEUR DES BACS !

Le bac dédié au tri des déchets alimentaires est gris à couvercle marron. C'est la couleur préconisée par l'ADEME, pour tendre vers une harmonisation nationale. Il est essentiel de bien distinguer les couleurs des différents bacs, pour que les usagers intègrent facilement ces consignes. Si la collectivité dispose de bacs à couvercles marron (pour les ordures ménagères, les déchets verts...), il est conseillé de changer ces couvercles avant le lancement de l'expérimentation.

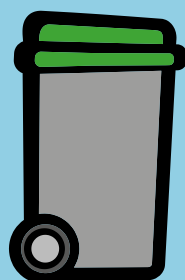
**Pour rappel, les préconisations de l'ADEME sont les suivantes :**



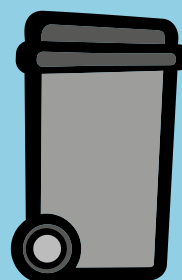
**JAUNE**  
pour les papiers et emballages hors verre, ou pour un flux de plastiques et métaux



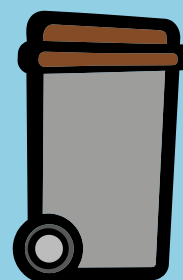
**BLEU**  
pour les papiers et cartons



**VERT**  
pour le verre



**GRIS**  
pour les déchets résiduels (non triés)



**MARRON / BRUN**  
pour les déchets alimentaires

# 3 MOIS AVANT L'EXPÉRIMENTATION, VOUS POUVEZ

## DIFFUSER DES ARTICLES

**Objectif :** annoncer l'expérimentation dans vos propres supports.

**Mise en œuvre :** au moins un article dans les publications de la collectivité (magazine, journal, site web...).

**À votre disposition :** un dossier de contenus modifiables sous traitement de texte. Il comprend 1 article web (environ 1 000 signes), 5 articles papier (entre 1 000 et 1 300 signes pour chaque article) pouvant être utilisés ensemble pour annoncer l'expérimentation ou un par un tout au long du projet.

## INSCRIRE UN ÉVÉNEMENT LOCAL DANS UNE MANIFESTATION NATIONALE ET/OU EUROPÉENNE

**Objectif :** profiter de la résonance médiatique d'un événement d'ampleur nationale pour communiquer sur la démarche.

**Mise en œuvre :** se rattacher à un événement national et/ou européen : par exemple la semaine européenne du développement durable (juin), la journée de lutte contre le gaspillage alimentaire (octobre), la semaine européenne de la réduction des déchets (novembre), etc.

À cette étape, l'événement peut prendre la forme d'un stand d'information générale sur le dispositif. Il est possible de mobiliser les éco-animateurs du Syctom pour qu'ils soient présents sur cet événement.

**À votre disposition :** un tract, un leaflet, trois kakémonos, des autocollants, des affichettes consignes de tri, un magnet consignes de tri.

## MENER DES RÉUNIONS AVEC LES CIBLES RELAIS

**Objectif :** informer sur le projet à venir, agir sur l'environnement de la démarche.

**Mise en œuvre :** organisation de réunions d'informations avec les relais en contact avec le public : bailleurs sociaux, régies d'immeubles, services publics (poste, maisons de quartier...), autres services (épiceries, boulangeries...), etc. Avec eux, si possible, définir les modalités de relais de l'information, par exemple : courrier ou flyer joint avec la quittance de loyer, affichettes à poser dans les halls d'immeubles, sensibilisation des gardiens d'immeuble, etc.

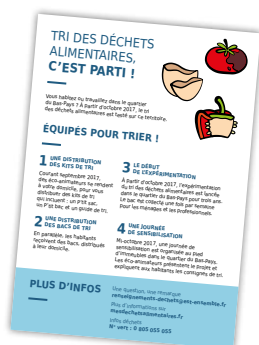
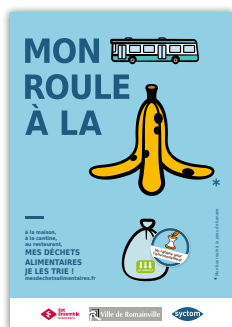
**À votre disposition :** un leaflet, le site web dédié.

## ORGANISER UN ÉVÉNEMENT LOCAL

**Objectif :** communiquer à l'échelle locale afin de renforcer les informations préalablement diffusées.

**Mise en œuvre :** il est recommandé de se greffer à un événement local (fête des associations, forum citoyen, etc.) pour parler de la nouvelle collecte des déchets alimentaires. Ici aussi, il est souhaitable d'utiliser un stand d'information.

**À votre disposition :** un tract, un leaflet, trois kakémonos, des autocollants, des affichettes consignes de tri, un magnet consignes de tri. Il est possible de mobiliser les éco-animateurs du Syctom pour qu'ils soient présents sur cet événement.



# 1 MOIS AVANT L'EXPÉRIMENTATION, VOUS POUVEZ

## DÉPLOYER UNE CAMPAGNE D'AFFICHAGE

**Objectif** : interpeller largement sur le sujet.

**Mise en œuvre** : à afficher dans les lieux recevant du public : en mairie, dans les services publics, dans les restaurants scolaires, les commerces locaux, les entreprises du territoire d'expérimentation, mais aussi dans les halls d'immeubles. Un format 120x176cm est fourni afin de diffuser la campagne dans les abribus de la collectivité.

**À votre disposition** : les 4 affiches déclinées aux formats A0, A1, A2, A3, A4, A5 et 120x176cm.



## INSÉRER DES ENCARTS DANS LA PRESSE LOCALE ET CELLES DES COLLECTIVITÉS (MUNICIPALE ET TERRITORIALE)

**Objectif** : communiquer dans la presse locale.

**Mise en œuvre** : au moins un encart dans la presse locale écrite (avec possibilité de déclinaison en message radio).

**À votre disposition** : deux encarts presse (format vertical et horizontal).

## ORGANISER UNE CAMPAGNE WEB

**Objectif** : rendre la campagne visible sur le web et les réseaux sociaux en vue d'engager une campagne participative dans les mois suivants.

**Mise en œuvre** : des images et articles pourront être diffusés sur les sites et réseaux sociaux de la collectivité.

**À votre disposition** : un article web, une signature mail, cinq couvertures réseaux sociaux (adaptées pour Twitter, Facebook, Instagram), deux bannières web (format vertical et horizontal), le lien vers le site web dédié.

## ORGANISER UNE JOURNÉE DE SENSIBILISATION

**Objectif** : fournir aux usagers le matériel nécessaire au tri des déchets alimentaires et les sensibiliser à la démarche.

**Mise en œuvre** : la journée doit s'organiser en parallèle de la distribution des bacs déchets alimentaires. Se rattacher à un événement local permet de toucher plus de monde et en particulier les habitants de la commune. Au cœur du quartier d'expérimentation, les éco-animateurs du Syctom sont présents sur un stand pour distribuer le matériel de tri, répondre aux questions et diffuser des consignes.

**À votre disposition** : un leaflet, un flyer, les trois kakémonos, un guide de tri, des autocollants, des affichettes consignes de tri, un magnet consignes de tri. Il est possible de mobiliser les éco-animateurs du Syctom pour qu'ils soient présents sur cet événement.

## ORGANISER DU PORTE-À-PORTE

**Objectif :** distribuer le matériel dédié au tri et sensibiliser à la démarche, pour toucher tous les habitants.

**Mise en œuvre :** le porte-à-porte est prévu pour équiper tous les participants. C'est aussi une occasion de sensibiliser sur le dispositif. Les éco-animateurs du Sycotom seront formés au discours et pourront distribuer aux habitants le leaflet, le flyer, le guide de tri, les autocollants de la campagne et les consignes de tri.

**À votre disposition :** un leaflet, un flyer, un guide de tri, des autocollants, des affichettes consignes de tri, un magnet consignes de tri.

## 1 SEMAINE AVANT LE DÉBUT DE L'EXPÉRIMENTATION, VOUS POUVEZ

### LANCER UNE CAMPAGNE VIRALE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

**Objectif :** impliquer les participants et valoriser leur geste de tri.

**Mise en œuvre :** utiliser le hashtag #mesdechetsalimentaires pour inciter les participants à partager leur geste de tri en photo. Cela prolonge la campagne web mise en place quelques semaines auparavant. Cette campagne peut s'agrémenter d'un jeu concours de la meilleure photo. Elle permet de relayer la campagne et de valoriser son engagement durant l'expérimentation.

**À votre disposition :** cinq couvertures réseaux sociaux (adaptées pour Twitter, Facebook, Instagram), le lien vers le site web dédié.

### ORGANISER UNE CONFÉRENCE DE PRESSE

**Objectif :** mobiliser les journalistes avant le lancement de l'expérimentation.

**Mise en œuvre :** la conférence de presse a pour but de présenter les différentes étapes du projet et de sensibiliser à l'expérimentation. Elle peut être relayée sur le site web de la collectivité et au sein des magazines municipaux.

**À votre disposition :** un communiqué de presse, un leaflet, un guide de tri.

## DIFFUSER DES ARTICLES

**Objectif :** annoncer l'expérimentation dans vos propres supports.

**Mise en œuvre :** au moins un article dans les publications de la collectivité (magazine, journal, site web...).

**À votre disposition :** un dossier de contenus modifiables sous traitement de texte. Il comprend 1 article web (environ 1 000 signes), 5 articles papier (entre 1 000 et 1 300 signes pour chaque article) pouvant être utilisés ensemble pour annoncer l'expérimentation ou un par un tout au long du projet.



## 6 MOIS APRÈS LE DÉBUT DE L'EXPÉRIMENTATION, VOUS POUVEZ



### METTRE EN PLACE DES ANIMATIONS AVEC LE SOUTIEN D'ÉCO-ANIMATEURS DU SYCTOM

**Objectif :** accompagner les participants et les former à ce nouveau mode de tri.

**Mise en œuvre :** les éco-animateurs du Syctom sont mis à disposition des territoires pour accompagner les usagers. Ils ont été préalablement formés au tri des déchets alimentaires et peuvent se rendre à domicile pour diffuser les consignes de tri. Ils peuvent également organiser des ateliers de tri ou des journées de sensibilisation. La mise en œuvre d'animations nécessite un échange avec le Syctom pour monter l'opération.

**À votre disposition :** le guide de tri, trois kakémonos, des autocollants, les affichettes consignes de tri, un magnet consignes de tri, le lien vers le site web dédié.

### DIFFUSER RÉGULIÈREMENT DES ARTICLES

**Objectif :** communiquer régulièrement sur la démarche, montrer les résultats, répondre aux questions.

**Mise en œuvre :** créer une rubrique dédiée dans les publications de la collectivité (témoignages de participants, rappel des consignes, questions réponses, trucs et astuces...)

**À votre disposition :** un dossier de contenus modifiables sous traitement de texte. Il comprend 1 article web (environ 1 000 signes), 5 articles papier (entre 1 000 et 1 300 signes pour chaque article) pouvant être utilisés ensemble pour annoncer l'expérimentation ou un par un tout au long du projet.

## 1 FOIS PAR AN APRÈS LE DÉBUT DE L'EXPÉRIMENTATION, VOUS POUVEZ



### ENVOYER UN QUESTIONNAIRE DE TYPE « GOOGLE FORMS »

**Objectif :** sonder les participants sur le dispositif.

**Mise en œuvre :** des questionnaires sont adressés aux participants qui y répondent afin d'exprimer leur retour sur l'expérimentation.

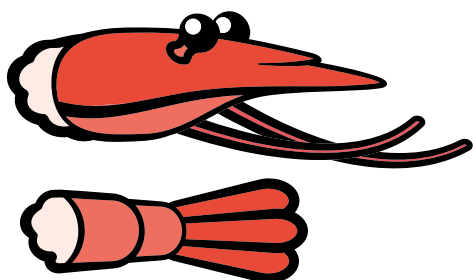
**À votre disposition :** un questionnaire en ligne sur « Google Forms », accessible à tous depuis un lien.

### ORGANISER UN MINI-FORUM DE RESTITUTION

**Objectif :** valoriser les résultats, mobiliser les participants.

**Mise en œuvre :** à raison d'une fois par an, cette rencontre amène à évaluer l'avancée du projet. Organisé sur une demi-journée, ce mini-forum présente les résultats de l'année d'expérimentation et ouvre sur un échange avec les participants, qui peuvent témoigner de leur expérience.

**À votre disposition :** un guide de tri, des autocollants, un magnet consignes de tri, les affichettes consignes de tri.





## ORGANISER UN ÉVÉNEMENT FESTIF DÉDIÉ AUX PARTICIPANTS

**Objectif :** valoriser les participants dans leur rôle, les féliciter.

**Mise en œuvre :** une fête de quartier est organisée à l'attention des habitants, pour les remercier de leur implication. Cette fête est populaire, conviviale et peut prendre diverses formes : banquet de quartier, ateliers de tri ou de cuisine, animations pour enfants avec jeux gonflables, carnaval à thème pour les enfants avec défilé (fruits et légumes, par exemple)...

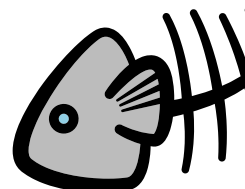
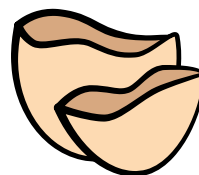
**À votre disposition :** un guide de tri, un leaflet, trois kakémonos, un magnet consignes de tri, les affichettes consignes de tri.

## DIFFUSER LES RÉSULTATS

**Objectif :** communiquer sur les résultats annuels.

**Mise en œuvre :** publier les résultats annuels, dans les supports de la collectivité.

**À votre disposition :** un dossier d'articles sous traitement de texte, à adapter en fonction des résultats.



## EN RÉSUMÉ, VOUS DISEZ DE

### UNE BOITE À OUTILS SENSIBILISATION

#### Éléments graphiques

- les trois affiches déclinées dans tous les formats : A0, A1, A2, A3, A4, A5 et 120x176cm
- les illustrations liées aux affiches : neuf visuels
- un bloc-marque, des autocollants, des labels
- une notice d'utilisation des visuels

#### Supports d'image

- un visuel pour signature mail
- 15 couvertures pour réseaux sociaux
- deux encarts presse, format vertical et horizontal
- deux bannières web, format vertical et horizontal
- trois kakémonos pour événements

#### Supports de contenus

- un flyer de lancement
- un dossier magazine en plusieurs articles distincts (modifiable par vos soins)
- un article Web (modifiable par vos soins)

### UNE BOITE À OUTILS PARTICIPATION

#### Supports d'image et de contenus

- une déclinaison de l'affiche pour le web
- un leaflet 3 volets
- un guide de tri
- un encart presse
- des couvertures réseaux sociaux

#### Supports signalétiques pour tous

- des autocollants et bacs déchets alimentaires
- des affichettes consignes de tri (espaces communs des immeubles)
- un marquage sac
- un flyer A5 refus de tri

#### Supports signalétiques à l'usage des ménages

- un magnet consignes de tri
- un marquage sac
- un autocollant pour tous types de bioeaux

#### Supports signalétiques à l'usage des producteurs non ménagers

- un signalétique table de tri
- un label et sa notice pour utilisation

#### Support de participation

- un questionnaire « Google Forms »

### LES ÉCO-ANIMATEURS DU SYCTOM

Mis à votre disposition par le Syctom, les éco-animateurs ont été formés au discours sur le tri des déchets alimentaires. Ils pourront intervenir lors d'événements, en porte-à-porte... pour sensibiliser les usagers. Ces interventions sont à définir selon vos besoins. En outre, des animations clés en main peuvent également être proposées. La mise en place de ces animations nécessite un échange préalable avec le Syctom.

### UN SITE WEB DÉDIÉ MESECHETSALIMENTAIRES.FR

Géré par le Syctom, ce site est dédié à la démarche et parle des bonnes pratiques à adopter. Il donne accès à des infos telles que les consignes de tri, la fréquence de collecte, des astuces... Il présente les étapes et les différents acteurs du projet, en fonction du lieu de l'expérimentation. Il renvoie également vers le site de la collectivité en charge de la collecte pour des informations complémentaires.



ALORS,  
ÊTES-VOUS PRÊTS À TRIER  
VOS DÉCHETS ALIMENTAIRES ?  
**C'EST PARTI !**

Plus d'informations sur  
[mesdechetsalimentaires.fr](http://mesdechetsalimentaires.fr)