



Extrait du Registre des délibérations du Comité Syndical

Séance du 03 avril 2018

Délégués syndicaux en exercice : 45

Le Comité syndical, régulièrement convoqué, s'est réuni au Conseil Départemental du Doubs, salle JOUBERT, 8 avenue de la Gare d'Eau à BESANCON, sous la présidence de Mme Catherine THIEBAUT, Présidente

La séance est ouverte à 18h05 et levée à 19h56

Etaient présents :

C.A.G.B : ALLEMANN Frédéric ; ANDRIANTAVY Anne-Sophie ; AVIS André ; BARTHELET Catherine ; BIZE Thibaut ; BOUSSET Jean-Marc ; CANAL Jacques ; CAULET Claudine ; DEVESA Cyril ; DUCHEZEAU Pascal ; FALCINELLA Béatrice ; FELICE Alain ; FIETIER Vincent ; GALLIOU Françoise ; JACQUIN Denis ; JAVAUX Thomas ; LAIDIE Franck ; LETHIER Michel ; LOPEZ François ; MAURICE Yves ; MOUGIN Philippe ; POUJET Yannick ; THIEBAUT Catherine ; VAN HELLE Gérard ; VIGNOT Anne ; **C.C.L.L :** DAUDEY Pierre ; DUCRET Sylvain ; FAIVRE Sarah ; MAMET Gérard ; MARESCHAL Claude suppléant de EDME Philippe ; QUETE Gérard ; **C.C.V.M :** MARCHAL François ; MORALES Roland ;

Etaient excusés :

C.A.G.B :
C.C.L.L :
C.C.V.M :

Secrétaire de séance : DAUDEY Pierre

Procuration de vote :

Mandants : LEGAIN Olivier ; MAILLOT Elsa ; STADELMANN Jean-Claude ; STHAL Rémi ;
Mandataires : GALLIOU Françoise ; BIZE Thibaut ; FAIVRE Sarah ; VAN HELLE Gérard

Objet : PI-Bilan communication des deux dernières années, stratégie de communication pour les années à venir

BILAN COMMUNICATION DES DEUX DERNIERES ANNÉES, STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LES ANNÉES À VENIR

Rapporteur : Monsieur Sylvain DUCRET, Vice-Président

I. BILAN COMMUNICATION 2016-2017

1. Les moyens de communications spécifiques au SYBERT

Pour communiquer, le SYBERT dispose :

- d'un site internet, www.sybert.fr. Créé en 2012, un travail de refonte graphique et de mise à jour des contenus a été réalisé. Le site a connu une hausse de fréquentation en 2017 avec 47 228 visiteurs. Les pages les plus visitées sont celles sur les déchetteries (horaires, lieux, demandes de badges...), celle sur les composteurs individuels et celles en version mobile ;
- d'une page Facebook. Créée en 2015, elle a été renommée en 2016 « *SYBERT, ensemble réduisons et valorisons nos déchets* ». L'arrivée d'une 2^{ème} personne au service communication a permis de la faire vivre davantage et de lui construire une véritable ligne éditoriale. Deux concours ont aussi été organisés en 2017 avec les clubs de hand bisontins. Tout ceci a permis d'augmenter le nombre de fans, celui-ci passant de 269 en janvier 2017 à 418 en décembre 2017 ;
- une page Youtube : créée en 2012, elle accueille des vidéos informatives et ludiques sur toutes les thématiques traitées par le SYBERT. Elle a 426 abonnés et 297 376 vues ;
- lettre d'information « L'essentiel du SYBERT » : créée en 2012, en 2016 elle est passée de trois numéros par an à quatre et d'un format quatre pages en PDF envoyée depuis une messagerie Outlook à un format « en ligne » conçu et expédié depuis un outil dédié à l'envoi d'e-mailing.

Elle est envoyée à 650 personnes (élus, agents, mairies, adhérents, partenaires, prestataires, Députés, Sénateurs, presse). Le taux d'ouverture est d'environ 35 % (un bon taux d'ouverture est d'environ 20 %) et le taux de réactivité (ratio entre le nombre de clics dans un email et le nombre total d'ouvertures du mail) est de 25 % (un bon taux de réactivité est d'environ 20 %).

2. Relations presses

Dix événements presse ont eu lieu ; seize communiqués de presse ont été envoyés. Les retombées sont souvent décevantes, aussi bien du point de vue de la quantité que de la qualité.

En 2017, les actions du SYBERT ont été relayées une trentaine de fois (presse écrite, en ligne, radios).

3. Partenariats sportifs

Depuis 2016, afin de toucher un plus large public, le SYBERT a choisi de s'appuyer sur les valeurs d'efforts collectifs du sport pour communiquer. C'est ainsi qu'un partenariat avec les clubs de hand bisontins a été mis en place pour une durée d'un an, renouvelable 2 fois soit 3 ans au total. L'image des joueurs est ainsi utilisée sur des supports de communication pour promouvoir le tri des déchets : quatre « tutos » du tri, une animation sur le tri des déchets dans la salle de bain diffusée sur les écrans des stations-service de Géant, une banderole sur le tri des déchets dans la salle de sport, une banderole sur le tri en général présente au Palais des sports. Le logo du SYBERT est également diffusé sur les écrans vidéo durant les matches.

Le SYBERT est également présent sur des stands lors d'évènements sportifs pour diffuser ses messages de prévention et rappeler les consignes de tri. Il accompagne également les organisateurs de ces manifestations dans la gestion de leurs déchets.

4. Les axes de communications privilégiées

La communication a été particulièrement accentuée sur les sujets suivants :

- tri : geste de tri en général et focus sur les extensions depuis juillet 2016 : affichage 4x3, abribus, arrières de bus, presse écrite. Il a été constaté une légère augmentation des recyclables au début de la mise en place des extensions, suivie d'une nouvelle augmentation en janvier 2017 ;

- prévention : la promotion des couches lavables envers les particuliers et les professionnels ainsi que le recours à la réparation, au réemploi et à la récupération a été mise en avant. Le Village du réemploi et de la réparation qui a eu lieu sur 3 jours en novembre à Micropolis a accueilli 1 500 personnes ;

Des visites-découvertes du centre de tri ont été mis en place à partir de janvier 2017 : 45 visites ont eu lieu, accueillant un total de 664 personnes. Un partenariat avec la carte Avantages Jeunes mis en place en septembre 2017 permet de cibler une population plus jeune (18-30 ans) en proposant aux détenteurs de la carte un atelier pratique à l'issue de la visite. 15 personnes par visite-atelier;

- compostage : les personnes qui compostent en habitat individuel mais aussi en pied d'immeuble, ont été mis en valeur au travers d'une campagne de communication : affichage abribus et arrières de bus, publicité dans la presse écrite et spots radio. Différents supports – plaquette de compostage individuel, plaquette fin d'accompagnement des référents compostage en pied d'immeuble, guide du compostage – ont été mis à jour ou créés ;

- déchetterie : la communication a été axée sur les travaux de la déchetterie de Thise, les nouveaux horaires entrée en vigueur en janvier 2017 et les jours de fermeture mensuels de certains sites lors du broyage des déchets verts ;

- ZDZG : le programme d'actions élaboré dans le cadre du projet « Territoire Zéro Déchets Zéro Gaspillage » permet de toucher un nouveau public : les acteurs économiques. Des évènements, actions et lettre d'informations trimestrielle (482 destinataires) dédiés à cette nouvelle cible ont été mis en place.

5. Cible

Elle est multiple :

- les ménages de notre territoire,
- les enfants à travers les interventions dans les écoles,
- le grand public ciblé avec une présence sur des évènements sportifs, culturels...,
- les acteurs économiques,
- les jeunes parents et les professionnels de la petite enfance à travers les couches lavables,
- les jeunes adultes grâce au partenariat avec la carte avantage jeune,
- les élus via les lettres d'infos, des mailing/courriers aux mairies,
- les 20-40 via les réseaux sociaux.

II. PROPOSITION DE STRATEGIE DE COMMUNICATION

1. Les objectifs du SYBERT

Priorité 1 : réduire les OMR à 100 kg / an/ hab d'ici 2021 (contrainte UVE)

Priorité 2 : atteindre 65 % de valorisation matière d'ici 2025 (loi TECV)

Priorité 3 : asseoir sa légitimité

2. Les cibles

Priorité 1 : le grand public, résidant sur le territoire du SYBERT : enfants, ados, jeunes, adultes. Tous ne sont pas sensibles et mobilisables de la même façon :

* adultes (> 25 ans) : leur intérêt est différent selon l'âge, le type d'habitat (collectif/individuel, urbain/ rural) et revenus/catégorie socio-professionnelle.

* ados et jeunes (11 -25 ans): globalement peu sensibles et peu intéressés ;

* enfants (< 11 ans) : peuvent facilement être sensibilisés, sont réceptifs mais ne sont pas décisionnaires de ce qu'il se passe chez eux ;

Priorité 2 : les élus du territoire du SYBERT : les maires et conseillers municipaux notamment qui nous connaissent peu, avec lesquels nous avons peu de contacts directs, dont la problématique déchets ménagers n'est souvent pas la priorité, qui sont souvent difficiles à atteindre, dont le SYBERT connaît peu la problématique déchets communaux et y répond peu.

Priorité 3 : les acteurs économiques du territoire SYBERT : sont de plus en plus demandeurs de solutions pour réduire et recycler leurs déchets. Le SYBERT n'est pas compétent et ne dispose pas de moyens pour répondre à leurs attentes. Il identifie une carence au niveau amont en matière d'accompagnement et de méthodologie (guides-supports et prestataires locaux).

Attention : il existe des opérateurs privés collecte/traitement → ne pas leur faire de concurrence.

→ **Cible la plus difficile à atteindre** : ceux qui ne sont pas du tout sensibles au tri et à la réduction des déchets, ceux-là même pour lesquels les marges de manœuvre sont les plus importantes.

3. Le message

Baisser le poids/volume des OMR par la réduction des déchets et l'augmentation du recyclage (tri, déchetteries, compostage).

A reformuler pour avoir un message clair véhiculant une seule idée forte = plus percutant !

4. Le positionnement du SYBERT par rapport à ces cibles

Le grand public : manque de contact direct et de notoriété pour les cibles les plus difficiles. *Il est nécessaire de multiplier les canaux de communication pour toucher un large public.*

Les élus : manque de contact direct, de notoriété parfois, de solutions à leur proposer. *Il serait pertinent de proposer des solutions concrètes à des problèmes ponctuels (événements, dépôts sauvages...) et de proposer des temps de rencontre et d'échange.*

Les acteurs économiques : ils connaissent peu le SYBERT et le SYBERT connaît peu leurs besoins. *Le SYBERT doit surtout informer/sensibiliser les acteurs économiques pour les engager dans une réflexion sur leur flux de déchets, dont la prévention/gestion peut être source d'économie et peut proposer un accès aux services existants, sous conditions.*

III. PROPOSITION D'ELEMENTS DE CONSTRUCTION DU PLAN DE COMMUNICATION

1. Relations presse

Renforcer des partenariats pour intéresser la presse au contenu (activités, enjeux, objectifs) et à l'articulation des acteurs (collectivités, entreprises...) et identifier les facteurs d'attractivité pour les médias.

2. Les moyens de communication selon les cibles

Grand public

Enfants (< 11ans) : poursuivre les animations scolaires et les formations d'encadrants, développer les visites de sites

Ados et jeunes (11 -25 ans) : développer les animations scolaires/universitaires, les vidéos et réseaux sociaux et les visites de sites

Adultes (> 25 ans) : poursuivre la présence sur les événements locaux (quartier/village), organiser/participer à des événements ponctuels (salon, forum, conférence, concert/spectacle), développer les visites de nos sites (physique et virtuelle), renforcer la présence web (site, réseaux, vidéos..), développer le relais sur les outils des communes (exemple : bulletins communaux)

Elus

S'assurer que la lettre d'information «L'Essentiel3 arrive jusqu'à eux, aller à leur rencontre, les inviter sur nos sites, les impliquer (ex concours initiative éco-citoyenne), transmettre un reporting communal annuel personnalisé, proposer des services ponctuels (exemple : accompagnement des opérations de nettoyage...)

Acteurs économiques

Développer la diffusion de la lettre d'info ZDZG, aller à leur rencontre afin de sensibiliser les salariés/bénévoles en situation captive, organiser/participer à des événements ponctuels (salon, forum, conférence), développer des visites privatives de nos sites, susciter l'émergence d'une activité locale d'accompagnement à la prévention/gestion des déchets des entreprises, faire connaître nos possibilités/conditions d'accès

Les contenus et médias seront développés au gré des actions.

Le Comité Syndical prend connaissance du bilan 2016/2017 en matière de communication et de la proposition de stratégie de communication et des éléments de construction qui l'accompagnent.

Pour extrait conforme,

La Présidente du SYBERT,
Catherine THIEBAUT

Préfecture du Doubs
Reçu le 11 AVR. 2018
Contrôle de légalité

