

COSEDEC -Coopérative romande de sensibilisation à la gestion des déchets- a pris le relais du Réseau-écoles depuis deux ans. Si la structure change, les objectifs restent identiques: développer un pôle de compétences en matière d'information, de sensibilisation et d'intervention pédagogique sur les thèmes des déchets et de la préservation des ressources. A force de tourner dans les écoles, le Petit train et Mme Poubelle font partie des icônes que les enfants gardent de leur passage en primaire. Et après?, serait-on tenté de dire. Poser la question, c'est évoquer les défis qui se posent aux animateurs et aux stratèges de la communication du monde des déchets.

Les défis et les enjeux de la sensibilisation à la gestion des déchets

Les défis qui se posent en matière de sensibilisation à la gestion des déchets sont au nombre de trois:

- Comment sensibiliser chaque personne et transformer la contrainte en habitude?
- Comment ancrer les comportements en matière de tri, malgré un monde des déchets en constante évolution?
- Comment avoir une vision globale des déchets et ne pas se limiter au tri?

En suivant les jeunes durant leurs premières années d'école, COSEDEC marque les esprits et pose les premiers jalons. Pour passer de la contrainte à l'habitude, il est nécessaire de poursuivre l'information auprès des jeunes en les abordant au travers de leur quotidien, que ce soit à l'école professionnelle, au gymnase ou dans les lieux de loisirs. Boissons, nourriture, vêtements, les premiers actes de consommation et l'élimination des déchets qui en découle sont des opportunités de concrétiser de son plein gré les messages reçus.

Reste qu'il faut passer de la sensibilisation à l'ancrage dans ses comportements ou passer de la contrainte à l'habitude. Là intervient le facteur logistique: comment organiser sa mini déchèterie à la maison, à l'école ou au bureau? Comment lier l'évacuation de ses déchets à d'autres activités comme les courses de la semaine ou d'autres déplacements? Ici, les stratégies divergent sur la responsabilité des commerces ou des collectivités pour mettre à disposition des lieux de récupération. Peu importe en fin de compte, pourvu que l'objectif visé puisse être atteint et le message se concrétiser facilement.

La stratégie de communication, cependant, ne peut se faire qu'à long terme, comme les changements de comportement qu'elle demande. La filière des plastiques creux issus des ménages montre l'équilibre difficile entre pérennité d'un message et évolution des processus. Les communes qui ont choisi ce tri sélectif tandis qu'une filière de recyclage existait ne peuvent changer de pratique dans l'attente d'un nouveau débouché sans craindre de perdre les habitudes déjà acquises, même si momentanément ces plas-

tiques vont à l'incinération. Si le temps et la persévérance sont nécessaires pour ancrer des bonnes pratiques, la transparence de l'information va donner du sens à l'action et permettre de lutter contre les rumeurs et les fausses informations.

Passer de l'ancrage à la vision globale des déchets inscrit le tri au terme d'une démarche plus complète, avec pour règle de base les 3 "R": Réduire, Réutiliser, Recycler. Ce qui revient à se questionner sur la pertinence de consommer, puis sur l'opportunité d'acheter ou de réutiliser, et enfin sur la nécessité de trier, qui n'apparaît qu'en fin de processus.

L'activité de sensibilisation de COSEDEC ne peut donc s'arrêter au terme de l'école primaire. Elle doit au contraire se poursuivre, afin d'ancrer les habitudes au fil de la vie et des activités des jeunes, puis des adultes. Les terrains de jeu ne manquent pas, ni les projets.

Olivier Mani,
Directeur de Cosedec,
Yverdon-les-Bains,
o.mani@cosedec.ch,
www.cosedec.ch



Le principe des 3 "R": un message simple à retenir et transposable aussi bien à l'école, à la maison ou au travail.



Le Petit Train des déchets, première animation d'une série qui doit se poursuivre jusqu'à l'âge adulte.