

Guide méthodologique

Organiser un défi Familles Zéro Déchet



ZEROWASTE
FRANCE



NOUS SOUTENIR

Ce guide a été réalisé grâce aux dons des citoyens et est volontairement en accès libre pour faciliter le développement de ces opérations partout en France. S'il vous a été utile, vous pouvez nous soutenir afin de nous permettre de poursuivre nos actions dans ce sens.

Rendez-vous à l'adresse : www.zerowastefrance.org/fr/donner

10€	30€	60€	MONTANT LIBRE
SOIT 3,5€ APRÈS RÉDUCTION FISCALE	SOIT 10€ APRÈS RÉDUCTION FISCALE	SOIT 20€ APRÈS RÉDUCTION FISCALE	
FAIRE UN DON	FAIRE UN DON	FAIRE UN DON	FAIRE UN DON

Ce guide méthodologique s'adresse aux personnes qui souhaitent organiser des défis familles, qu'ils soient simples particuliers voulant lancer l'opération dans leur quartier, association ou collectivité et institutions publiques...

Il a été réalisé à l'issue de la première journée d'échanges organisée par ZWF sur ce sujet en octobre 2016, qui a permis de réunir les retours d'expérience et d'en tirer des enseignements à partager.



INTRODUCTION

Organisés par des collectivités, des associations ou des particuliers, les “défis familles zéro déchet” sont de plus en plus fréquents. L'opération consiste à promouvoir certains éco-gestes et modes de consommation responsables via l'accompagnement d'un nombre restreint de citoyens qui se voient fixés un objectif de réduction de leur production de déchets. Ces “défis familles” sont souvent un succès. Ils profitent aujourd'hui d'une vague d'intérêt citoyen et médiatique fort pour le mode de vie zéro déchet, et bénéficient d'un réseau d'acteurs engagés dans le zéro déchet (associations, porteurs de projets, entreprises..) bien plus développé qu'auparavant.

Les objectifs d'une telle opération peuvent être nombreux, du plus basique au plus ambitieux :

- **SENSIBILISER LES PARTICIPANTS DU DÉFI AUX GESTES DE RÉDUCTION DES DÉCHETS**
- **LANCER UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE PLUS LARGE AUTOUR DE LA DÉMARCHE ZÉRO DÉCHET**
- **FORMER DES CITOYENS AMBASSADEURS QUI POURRONT ENSUITE DIFFUSER LE MESSAGE**
- **TIRER DES ENSEIGNEMENTS DE L'EXPÉRIENCE DES PARTICIPANTS**
- **DONNER DE LA VISIBILITÉ AUX MODES DE VIE ET DE CONSOMMATION ZÉRO DÉCHET**

Avant de démarrer l'opération, il est en tout cas essentiel de se poser la question des objectifs et des résultats attendus, car ceux-ci vont influencer l'ambition et le format du dispositif.

SOMMAIRE

IMAGINER UN DÉFI ADAPTÉ

1. Ne voyez pas trop grandp. 5
2. Identifiez les ressources existantesp. 6
3. Testez le défi au préalablep. 6
4. Trouvez le juste milieu dans le nombre de familles à accompagnerp.6
5. Choisissez un objectif lisible et qui ne fait pas peur .p. 7
6. Ne sous-estimez pas la durée nécessairep. 7
7. Méfiez-vous de la période d'étép. 7

LE RECRUTEMENT DES FAMILLES

1. Diversifiez les canaux de communicationp.9
2. Mettez en avant l'aspect convivial du défip.9
3. Valorisez les participants au défip.10
4. Privilégiez un recrutement large au départ p.10
5. Organisez une réunion de lancementp.10

L'ANIMATION DU DÉFI

1. Privilégiez des conseils ludiques et réguliers.....p. 12
2. Assurez un suivi régulier des familles.....p. 13
3. Diversifiez les activités proposées et les moyens de communication p. 13
4. Créez une communauté d'échange et faites durer la dynamique.....p. 14
5. Valorisez les participants et communiquez autour de l'opération.....p. 14

LA COLLECTE DES DONNÉES

- 1. Mesurez la quantité... et la qualité !p. 16
- 2. Prévoyez une phase d'”autodiagnostic”p. 16
- 3. Allez à l’essentielp. 17
- 4. Utilisez les données collectées pour communiquer ...p. 18

BILAN ET PERSPECTIVES

- 1. Valorisez les résultats et l’expérience des participantsp.19
- 2. Tirez des enseignements pour orienter les politiques de gestion des déchetsp.19
- 3. Organisez un autre défip.20
- 4. Identifiez des “ambassadeurs” du zéro déchetp.20

LE DÉFI FAMILLES COMME LEVIER DE DYNAMIQUE COLLECTIVE

- 1. Faites le lien entre les participants au défi et les acteurs existants du mouvement zéro déchetp. 21
- 2. Faites du défi un projet transversal et partagé au sein de la structure ..p. 21
- 3. Donnez les moyens aux participants d’engager des actions collectives p. 21
- 4. Lancez en parallèle des opérations destinées à d’autres publicsp. 22

CATALOGUE DES RESSOURCES ..p. 23

IMAGINEZ UN DÉFI ADAPTÉ

Avant de lancer officiellement le défi, vous devrez prendre un certain nombre de décisions qui vont influencer le format et la nature de l'opération.

Parmi les questions incontournables à se poser figurent :

- *Quelles ressources (humaines et budgétaires) pouvez-vous et voulez-vous allouer au projet ?*
- *Combien de temps va durer le défi ?*
- *Quand débiter l'opération ?*
- *Combien de participants souhaitez-vous intégrer au défi ?*
- *Quel objectif de réduction de déchets leur fixer ?*
- *Sur quels partenaires et réseaux d'acteurs pouvez-vous appuyer ?*



Il n'existe pas de réponse évidente à ces questions et pas de formule magique qui détermine le succès de l'opération. On peut tout de même retenir quelques grands principes qui vous aideront à prendre les bonnes décisions à ce stade.

1. NE VOYEZ PAS TROP GRAND...

... Surtout si c'est le premier défi que vous organisez !

Il est en effet difficile de se rendre compte à l'avance des ressources et du temps nécessaires à l'organisation d'une telle opération. Une fois la première expérience acquise, il est beaucoup plus facile de capitaliser dessus pour se lancer dans un défi plus ambitieux.

La première chose à faire est donc de bien évaluer les moyens que vous avez à disposition et l'expérience dont vous pouvez bénéficier : quelles sont les ressources humaines disponibles (bénévoles ou salariées) ? Quelles sont les compétences à disposition (communication, informatique, animation d'ateliers, etc.) ? Quels sont les réseaux sur lesquels vous pouvez vous appuyer sur le territoire (connaissance du monde associatif, des acteurs zéro déchet, des institutions, etc.) ?

2. IDENTIFIEZ LES RESSOURCES EXISTANTES...

... Sur lesquelles vous pourrez vous appuyer !

Pour l'organisation de défis familles, beaucoup d'outils ont déjà été créés par d'autres : guides des éco-gestes, kits de démarrage, plateformes de suivi des données, listes de prestataires, etc. Il est souvent plus rapide de se renseigner sur ce qui existe déjà plutôt que de recréer de nouveaux contenus, ce qui s'avère très chronophage. A la fin de ce guide, vous trouverez une liste des ressources qui sont d'ores et déjà à disposition.

La logique est la même au niveau local : listez les acteurs qui pourraient contribuer à l'opération (associations organisant déjà des ateliers, lieux ressources, blogueurs) et les initiatives existantes qui pourraient constituer des "temps forts" de votre défi (opérations nettoyage, Repair café, fête de quartier, etc.)

3. TESTEZ LE DÉFI AU PRÉALABLE...

... Auprès d'un cercle restreint

Si c'est la première fois que vous vous lancez dans l'organisation d'un défi, rien ne vaut une expérimentation grandeur nature auprès d'un premier cercle (les agents du service de votre collectivité, vos amis ou voisins, les responsables de l'association...). Cela vous permettra de savoir si les recettes que vous allez conseiller fonctionnent, si les informations demandées sur la production de déchets ne sont pas trop contraignantes, si les outils mis à disposition sont utiles.

4. TROUVEZ LE JUSTE MILIEU DANS LE NOMBRE DE FAMILLES À ACCOMPAGNER

Le nombre idéal de participants à l'opération dépend fortement des moyens et ressources que vous avez à disposition, de la taille du territoire concerné et du niveau de personnalisation du suivi que vous souhaitez assurer. Pour avoir un ordre d'idée, lors des expériences passées, le nombre de familles accompagnées variait de 15 (ex. Annecy) à 100 (ex. Roubaix). L'équation est simple : si les participants sont trop nombreux, vous aurez du mal à les accompagner de manière personnalisée sur la durée. Si le nombre est trop faible (en dessous de 10 familles par exemple), il sera difficile de créer une communauté d'échanges entre les participants et d'en faire un levier pour avoir un impact sur le territoire.



Source: Grenoble Métropole

5. CHOISISSEZ UN OBJECTIF LISIBLE ET QUI NE FAIT PAS PEUR

La plupart des défis organisés proposent aux participants de se fixer un objectif personnel de progression dans la réduction de déchets. Il ne faut évidemment pas faire peur aux participants en proposant des objectifs irréalistes (ex : -80% de déchets produits) mais il peut être intéressant de fixer un objectif lisible et ambitieux, qui permette aux participants et au public (média, etc.) de facilement se représenter le résultat à atteindre (ex : diminution de moitié de votre sac poubelle gris). A noter, le résultat habituellement atteint par les familles engagées dans ce type de défi est autour de 50% de réduction de déchets.

Au delà des objectifs personnels, on peut également choisir de donner une dimension plus ludique à l'opération en créant des équipes de participants dont on va comparer les résultats (ex. Grenoble).

6. NE SOUS-ESTIMEZ PAS LA DURÉE NÉCESSAIRE...

... Pour permettre aux participants de changer leurs habitudes

Ainsi, une période de 3 mois peut être trop courte pour adopter de nouveaux gestes. A l'inverse, un an est une longue durée, qui nécessite d'avoir les ressources suffisantes pour suivre les familles en continu et organiser des événements afin de garder le rythme (ex. Roubaix). La plupart des opérations sont aujourd'hui organisées sur 6 mois.

7. MÉFIEZ-VOUS DE LA PÉRIODE D'ÉTÉ

L'été est une période creuse où l'on perd le contact avec les familles participantes. A la rentrée, le travail est d'autant plus important pour relancer la dynamique. C'est une donnée à prendre en compte pour choisir quand débiter le défi. Si celui-ci dure 6 mois, un début en octobre ou en janvier permettra d'éviter cette problématique.



Organiser un défi sans ressources financières, c'est possible ! L'exemple de Vence

L'association [Vence Initiative Environnement](#) a lancé en 2015 un défi avec 50 familles, dans sa ville de 19 000 habitants située dans les Alpes-Maritime. Constituée de six personnes bénévoles, l'équipe a travaillé avec un budget très restreint (environ 600€) pour recruter les familles et leur fournir un kit de démarrage (un sac "zéro déchet", un guide des éco-gestes et des boîtes estampillées "objectif zéro déchet" pour faire leurs courses). L'association a réussi à associer presque tous les commerçants à la démarche et a fixé un programme d'ateliers et de rencontres. Ainsi, deux fois par mois, les participants pouvaient apprendre à fabriquer un composteur ou un lombricomposteur, faire leurs courses sans emballages ou encore fabriquer leurs produits ménagers. Pour ce premier défi, Vence Initiative Environnement a également collaboré avec d'autres acteurs locaux, comme les Initiatives Océanes de l'association Surfrider qui proposent un ramassage des déchets sur une plage.

Vence Initiative Environnement estime aujourd'hui que toutes ces activités ont demandé une centaine d'heures de travail à chaque membre de l'équipe organisatrice (6 personnes).

Son exemple montre qu'il est possible d'organiser un défi avec très peu de ressources financières mais qu'il faut dans ce cas compter sur plusieurs bénévoles motivés et savoir s'appuyer sur les acteurs et initiatives du territoire.

LE RECRUTEMENT DES FAMILLES

La phase de recrutement des participants est importante. Elle dure généralement 1 à 2 mois pour laisser le temps de recruter largement. L'objectif est à la fois d'avoir un nombre suffisant de participants et si possible représentatif des habitants du territoire, mais c'est également une première occasion pour communiquer sur l'opération et lui donner de la visibilité. L'enjeu est donc de diversifier les canaux de communication et de mettre en avant les bons arguments pour attirer le public. Quelques "bonnes pratiques" peuvent être identifiées des expériences de recrutement déjà menées.

1. DIVERSIFIEZ LES CANAUX DE COMMUNICATION

Au delà des modes de communication classiques de votre structure (mailing aux adhérents, annonce dans le journal municipal), vous pouvez élargir les canaux de diffusion pour tenter de recruter un public plus large et plus diversifié. Ainsi, certaines structures ont tenu des stands sur des marchés hebdomadaires ou lors de fêtes d'associations sportives ou culturelles pour aller à la rencontre du public. Avec des démonstrations et des exemples de produits qui permettent de passer au zéro déchet et des éléments de communication visibles, un stand de ce type peut permettre de recruter beaucoup de participants.

Pour diversifier le public, il est également possible de s'appuyer sur des associations et réseaux existants pour diffuser l'information (les conseillers économiques et familiaux, les écoles municipales, les associations religieuses, etc.).



2. METTEZ EN AVANT L'ASPECT CONVIVAL DU DÉFI

Les expériences passées montrent que les principales raisons qui poussent les foyers à participer tiennent surtout à la possibilité de rencontrer et d'échanger avec les autres participants et d'apprendre de nouvelles astuces dans un cadre convivial et détendu via des ateliers pratiques. Il est donc important de mettre en avant cet aspect dans votre communication à destination du public, surtout quand la structure organisatrice est une collectivité ou une institution. Le fait que les organisateurs tiennent un stand pour parler de l'opération, lors de marchés ou rencontres associatives permet également de casser l'image de l'institution et de mettre plutôt en avant l'aspect humain du dispositif où l'échange est facile et informel. Les objectifs de réduction des déchets peuvent être présentés comme accessoires, l'important étant surtout de participer et découvrir.

3. VALORISEZ LES PARTICIPANTS AU DÉFI

Si ce n'est pas le premier défi organisé, vous pouvez vous appuyer sur les anciens participants à l'opération et mettre en avant leur témoignage. Ils peuvent devenir de bons ambassadeurs pour tenir des stands d'information ou accueillir les nouveaux participants lors d'une réunion de lancement. Dans tous les cas, le bouche à oreille fonctionne généralement bien et le recrutement des familles est plus aisé quand un premier défi a déjà été organisé. La valorisation de l'expérience des participants (présentations publiques, blog, interview..) est une autre raison qui peut pousser certaines personnes à s'engager.

4. PRIVILÉGIEZ UN RECRUTEMENT LARGE AU DÉPART

La plupart des structures ayant organisé des défis n'ont pas réellement sélectionné les familles, même si le nombre maximum de participants qu'elles s'étaient fixées était dépassé. Certains abandonnent aussi en cours de route, il n'est donc pas forcément gênant d'avoir un nombre de participants élevé au départ. Certains organisateurs fixent cependant comme critère de sélection l'accès ou non à une adresse mail. Le fait de pouvoir joindre les participants uniquement par téléphone rend en effet l'animation du défi beaucoup plus lourde et chronophage, et demande des moyens supplémentaires si beaucoup de participants sont dans ce cas.

Un autre point de vigilance réside dans la délimitation d'une durée claire pour le recrutement. Laisser ouverte la possibilité de rejoindre le défi à tout moment complique en effet beaucoup l'accompagnement des familles. Il est donc préférable d'avoir une phase de recrutement bien définie dans le temps et donner aux retardataires la possibilité de participer au prochain défi plutôt que de le rejoindre en cours de route.

5. ORGANISEZ UNE RÉUNION DE LANCEMENT

L'idéal est de procéder à l'inscription des participants au défi en deux temps : une phase de pré-inscription, où chaque personne accepte de recevoir plus d'informations sur l'opération, puis l'invitation à une réunion de lancement du défi, où les règles et le format du dispositif seront exposés plus longuement, et où chaque famille peut décider, à l'issue de l'événement, de poursuivre ou non l'aventure.

La réunion de lancement peut être l'occasion de sensibiliser les invités à la problématique des déchets, favoriser les rencontres entre les participants et donner de la visibilité à l'opération en invitant par exemple des personnalités ou en proposant des formats originaux (jeux, projection de film, etc.). La réunion doit rester un moment convivial, avec de préférence de quoi boire et manger.





Une des clés pour recruter à Annecy: des événements festifs et conviviaux

Le premier défi des familles de l'Agglomération d'Annecy s'est déroulé avec 15 familles, ayant pour objectif de réduire le volume de leurs poubelles de 7% en 3 mois. Le résultat final a largement dépassé cet objectif avec une réduction moyenne de 40% des déchets résiduels. La durée effective du défi étant courte, l'opération est renouvelée plusieurs fois par an pour recruter à chaque fois de nouvelles familles. Les participants qui voudraient continuer le défi au delà des 3 mois sont également bienvenus. Pour diversifier le recrutement, l'Agglomération mise sur des événements festifs et attrayants : elle a par exemple organisé la venue de "La Famille Presque Zéro Déchet", lors d'une conférence ouverte à tous, suivie d'une séance de dédicace ; l'occasion pour un public novice de découvrir la démarche et de s'inscrire au nouveau défi. Les organisateurs s'appuient également sur la "marraine" du défi : une blogueuse ayant participé au défi précédent. Elle transmet son expérience via les réseaux sociaux ou par téléphone et incite d'autres familles à s'engager à leur tour.

L'ANIMATION DU DÉFI

Que votre défi dure 3 mois ou 1 an, l'animation reste au coeur de la réussite de votre opération. Au-delà de l'accompagnement des familles dans l'atteinte de leurs objectifs de réduction, il s'agit de créer une expérience humaine riche et d'impulser une dynamique collective et des changements de comportements pérennes. Bien qu'il soit possible de réussir son animation avec peu de moyens financiers (voir l'exemple de Vence), l'accompagnement et le suivi des familles nécessitent d'importants moyens humains. Il est donc essentiel d'adapter le niveau d'ambition aux ressources disponibles.

Pour élaborer votre programme d'accompagnement des familles, plusieurs éléments incontournables sont à prendre en considération :

- *Quels conseils seront donnés aux familles et par quels moyens ?*
- *Quels seront les thèmes des ateliers et à quelle fréquence seront-ils organisés ?*
- *A quel point le suivi des participants sera-t-il personnalisé ?*
- *Quelles autres activités programmer pour renforcer la dynamique de groupe ?*
- *Comment valoriser plus globalement l'opération ?*



1. PRIVILÉGIEZ DES CONSEILS LUDIQUES ET RÉGULIERS

Il existe aujourd'hui de nombreux guides et supports regorgeant de conseils et d'astuces pour limiter le gaspillage et réduire ses déchets. Inutile donc de passer trop de temps à élaborer de nouveaux supports, qui sont parfois peu utilisés par les participants. Mieux vaut relayer ce qui existe déjà et concentrer son énergie sur l'animation du défi en tant que telle. Un guide complet sur les alternatives et recettes zéro déchet peut être utile au démarrage de l'opération mais les retours d'expérience montrent qu'il est bien plus efficace de communiquer sur les actions au fur et à mesure, pour faciliter la mise en pratique. En complément des guides fournis et des conseils donnés en ligne (par email et/ou réseaux sociaux), il est bien entendu indispensable d'organiser des ateliers pratiques sur les actions proposées (compostage, fabrication de produits ménagers...), animés de préférence par des experts, voire des animateurs professionnels. Pensez à préparer le calendrier des ateliers en amont du défi (au moins 1 par mois), et dans la mesure du possible à prévoir plusieurs créneaux par atelier (le weekend, en soirée, ou le mercredi après midi) pour permettre au plus grand nombre d'y participer. Notez que dans le cas de défis avec un grand nombre de familles, il est également important de limiter le nombre de participants aux ateliers de sorte que l'expérience reste agréable et concrète.

2. ASSUREZ UN SUIVI RÉGULIER DES FAMILLES...

... Sans pour autant perdre en efficacité

Bien qu'essentiel, l'accompagnement des familles peut être très chronophage. Il est donc indispensable de prévoir en amont les moyens et les méthodes de suivi pour trouver l'équilibre entre les ressources à consacrer et l'efficacité du dispositif. Il est certes important de relancer les personnes n'ayant pas donné de nouvelles ou participé aux ateliers, mais pour éviter une perte de temps et d'efforts, mieux vaut se fixer un seuil maximal de relances au delà duquel les familles sont considérées comme démissionnaires. De plus, qu'il s'agisse de 20 ou 100 familles, le suivi personnalisé sera plus ou moins possible. En effet, pour un nombre restreint de familles (environ 20), un suivi individuel, de préférence par téléphone, permet de soutenir de près et d'encourager les familles dans leur démarche, en plus d'obtenir des informations qualitatives et utiles pour le bilan global du défi (difficultés rencontrées, impact de chaque action...). Pour les plus grands groupes, un questionnaire en ligne peut aussi très bien convenir. Petit ou grand défi, le plus important est de garder le contact tout au long de l'opération, en envoyant par exemple des emails réguliers avec des astuces et l'actualité du programme (ateliers, visites, etc.).

3. DIVERSIFIEZ LES ACTIVITÉS PROPOSÉES ET LES MOYENS DE COMMUNICATION

En plus des ateliers pratiques sur les alternatives zéro déchet, il est pertinent de proposer d'autres types d'événements, afin de non seulement multiplier les temps de rencontres (et ainsi renforcer la dimension sociale du défi) mais aussi de sensibiliser les participants à la problématique plus globale du gaspillage et des déchets. Les visites de centres de tri, de composteurs de quartier, voire d'usines d'incinérations et de décharges permettent de faire découvrir les différents modes de traitement et leurs impacts. Les projections-débats et conférences sont également utiles pour sensibiliser les participants aux enjeux globaux de la gestion des déchets ou bien à des thématiques plus ciblées (gaspillage alimentaire, obsolescence programmée...). Toutes ces activités et événements peuvent faire prendre davantage conscience aux participants de l'importance et l'intérêt de leur démarche et leur donner à leur tour envie de sensibiliser leur entourage dans ce sens.

Il est également important de diversifier les moyens de communication pour éviter d'exclure certaines personnes. Si le choix a été fait de garder des familles n'ayant pas accès à l'internet, il sera nécessaire de les contacter par téléphone afin de les informer des prochains événements. Il est important de se renseigner directement auprès des participants, par exemple lors de la réunion de lancement, sur leurs préférences de communication.

4. CRÉEZ UNE COMMUNAUTÉ D'ÉCHANGES ET FAITES DURER LA DYNAMIQUE

L'esprit de groupe ou de communauté contribue directement au succès des défis familles zéro déchet. Pour cela, plusieurs choses peuvent être mises en place, afin de renforcer les liens entre participants : l'organisation d'équipes au sein du défi (à l'instar du défi de Grenoble, présenté ci-dessous), des temps de rencontres informelles tels que des cafés astuces, ou un forum en ligne, permettant aux participants d'échanger directement entre eux. Cette dynamique de groupe, si elle est bien animée, peut perdurer bien au-delà du défi !



Source: Grenoble Métropole

5. VALORISEZ LES PARTICIPANTS ET COMMUNIQUEZ AUTOUR DE L'OPÉRATION



Afin de motiver et encourager les familles dans leur démarche, certaines collectivités ont su les valoriser et mettre en avant leur engagement. Que ce soit par la réalisation de portraits photographiques ou la présentation de témoignages personnels, ces actions sont à la fois valorisantes pour les participants mais servent aussi à communiquer plus globalement sur l'opération. La création d'un site internet ou autres plateformes en ligne, ainsi que des articles dans la presse locale permettent de faire connaître le défi auprès d'un public plus large.



Source: Ville de Roubaix



"Moins jeter, le défi" : l'animation du défi à Grenoble



La métropole de Grenoble a organisé de février à juillet 2015 une opération "Moins jeter, le défi !", qui a rassemblé une quarantaine de foyers issus d'une dizaine de communes du territoire. Grenoble a choisi de créer 6 équipes, certaines formées par les membres d'une même famille ou colocation, d'autres regroupées par secteur géographique qui se réunissaient plusieurs fois par mois pour élaborer une sorte de stratégie et partager leurs expériences.

Chaque foyer a reçu un guide de conseils et d'éco-gestes "Moins jeter, le guide !" de 80 pages, un peson pour faciliter les pesées, un tableau de suivi des pesées à afficher sur le frigo ainsi qu'un calendrier pour les pesées et les événements à venir.

Les foyers ont d'abord pesé leurs poubelles une fois par semaine sans changer leurs habitudes afin d'établir une base référentielle. La réduction du volume des ordures ménagères résiduelles a donc été calculée sur les trois mois suivants, en gardant le rythme d'une pesée hebdomadaire, dont les données sont communiquées via le site de la métropole. Celle-ci a laissé la liberté aux participants de choisir les actions qu'ils souhaitaient adopter dans leur foyer. Seule la mise en place d'une solution de compostage (composteur individuel ou lombricomposteur) était indispensable.

Une série d'ateliers a été proposée aux familles en partenariat avec l'Agence locale pour l'énergie et le climat (ALEC), qui propose par ailleurs du conseil aux particuliers, collectivités, bailleurs sociaux et professionnels. Les thèmes des ateliers étaient nombreux, allant du compostage et jardinage naturel à des activités de brico-récup' en passant par la fabrication de produits cosmétiques et d'entretien ménager. Les jeunes parents impliqués dans le défi ont par ailleurs découvert l'intérêt des couches lavables, avec la mise à disposition de kits et les conseils d'une association spécialisée.

Les équipes ont également pu visiter un centre de tri, un centre de compostage, la station d'épuration Aquapole et une ressourcerie. Ces visites sont souvent mentionnées dans les retours des participants comme ayant apporté une réelle prise de conscience sur le volume des déchets et un regain de motivation.

LA COLLECTE DES DONNÉES

La collecte de données de production de déchets permet à la fois de garder le contact avec les familles tout au long du défi, de mesurer l'efficacité des gestes mis en place et de communiquer sur l'opération

1. PRÉVOYEZ UNE PHASE D'"AUTODIAGNOSTIC"

La plupart des organisateurs de défi préconise une phase d'"autodiagnostic" pour chaque foyer, avant de mettre en place des actions de réduction des déchets. Pendant 2 à 4 semaines, selon la durée totale du défi, les familles sont invitées à peser ou mesurer leur volume de déchets, sans changer leurs habitudes. Cette phase du défi permet de produire une valeur de référence annuelle pour chaque foyer, sur laquelle leur pourcentage de réduction sera calculé. Il faut cependant penser à préciser aux participants de ne pas prendre en compte certains déchets exceptionnels pour avoir une idée assez proche de la réalité (grands repas de familles, ménage de printemps,...).



Cette phase permet aussi aux familles d'entamer une première réflexion sur leurs habitudes de consommation en prenant conscience de ce qu'elles font déjà pour limiter leur production de déchets et des marges de manoeuvre dont elles disposent. En fonction des moyens dont vous disposez, cet auto-diagnostic peut être réalisé via un questionnaire à remplir ou grâce à des entretiens personnalisés.

2. MESUREZ LA QUANTITÉ... ET LA QUALITÉ!

Plusieurs collectivités font le constat que les participants ont besoin de voir l'évolution de leur production de déchets, au moins entre le début et la fin du défi, afin de rester motivés. Il est parfois également important de leur fournir un niveau de comparaison par rapport à la production des autres participants ou la production moyenne par habitant sur le territoire, pour entretenir l'idée d'un défi et d'un objectif à atteindre.

Tous les organisateurs ne cherchent pas à prendre en compte les mêmes données (déchets résiduels, recyclage, gaspillage alimentaire...) ni à avoir le même niveau de détail dans les informations collectées. Tout dépend de l'utilisation que l'on cherche à faire de ces informations : documenter l'efficacité du défi, communiquer sur les résultats, convaincre une autorité extérieure de la pertinence de l'opération, motiver les participants à aller plus loin...



En termes d'indicateur, l'avantage d'un suivi du poids des déchets est le niveau de précision de l'information recueillie. La pesée peut se faire dans ce cas à l'aide d'un pèse-personne ou plus facilement grâce à un peson, qu'il faut alors fournir aux participants. Le suivi des données en volume (par exemple, combien de sacs poubelle sortis par semaine) est a priori moins contraignant pour les participants et permet aussi de fournir des résultats harmonisés sur l'ensemble des participants. Dans tous les cas, il est nécessaire de garder la même unité de mesure tout au long du défi. Mesurer une évolution quantifiée est important, mais il est aussi intéressant d'avoir une vision qualitative des changements opérés. En évaluant les évolutions dans les comportements du quotidien (compostage, achat en vrac et d'occasion), on facilite la prise de conscience des participants sur le chemin parcouru et la facilité d'adopter certaines nouvelles habitudes

ALLEZ À L'ESSENTIEL...

... Et ne cherchez pas à récolter trop de données !

Prendre en compte un nombre de flux important (ordures résiduelles, biodéchets, emballages...) ou renseigner de multiples informations à chaque pesée (nombre de repas pris, nombre de personnes présentes) fournit des informations intéressantes sur les habitudes des participants, à condition que vous ayez les moyens de les traiter. Mais cela peut surtout s'avérer trop contraignant pour les familles sur le long terme et les démotiver.

Il faut alors trouver un équilibre entre le niveau de détail que l'on cherche à obtenir et la contrainte que cela représente pour les familles. Si vous n'avez pas vraiment besoin de connaître ces données en tant qu'organisateur, l'information recueillie peut se limiter à un calcul en début et en fin de défi de la production de déchets résiduels de chaque famille (attention cependant dans ce cas à collecter des données représentatives et non exceptionnelles). A l'inverse, certains dispositifs auront des exigences en termes de retour d'information qui nécessitera au minimum une pesée régulière des déchets résiduels.

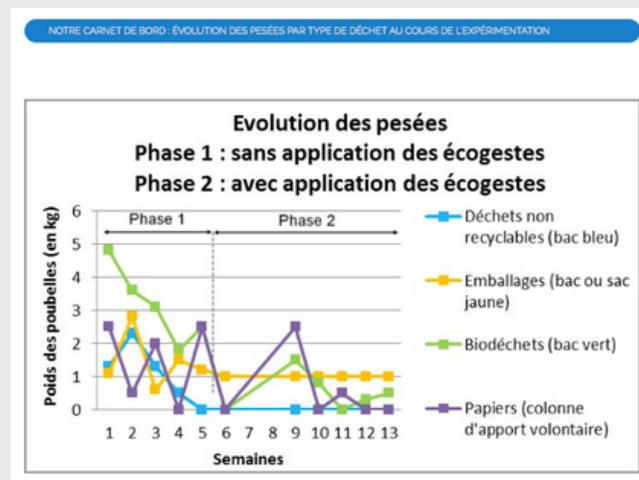
La fréquence à laquelle les familles doivent mesurer leur production de déchets dépend aussi de la durée du défi. Sur un défi court, il est possible d'exiger des pesées toutes les semaines pour avoir un résultat significatif, alors que des pesées plus espacées (une ou deux fois par mois) peuvent s'envisager sur des expériences de six ou douze mois. Les retours d'expérience en la matière sont très variées et dépendent ainsi beaucoup de la durée totale de l'opération. Plus les données sont fréquentes et précises, plus il est nécessaire de pouvoir interpréter ensuite les résultats. En effet, les courbes de progression peuvent être faussées par les productions de déchets exceptionnelles (fête, etc.) qui ont peu de lien avec la progression globale vers l'objectif de réduction.

4. UTILISEZ LES DONNÉES POUR COMMUNIQUER...

... Mais n'en faites pas l'élément central du défi.

Les chiffres et pourcentages de réduction des déchets issus des données fournies par les participants sont surtout utiles au moment de présenter un bilan auprès des institutions ou des médias.

Un chiffre parlant (par exemple, une réduction de 50% des ordures ménagères) permet de communiquer facilement dans la presse. Cependant, au delà des chiffres, les journalistes sont de plus en plus demandeurs d'histoires et de portraits de familles participantes et il ne faut donc pas négliger cet aspect et valoriser la démarche dans sa globalité.



Source: Lorient Agglomération



Zoom sur la collecte des données à Miramas

La ville de Miramas a lancé en 2015 un défi de six mois, avec 17 familles d'horizons différents: certaines étaient déjà au fait de la démarche zéro déchet, d'autres ne triaient pas encore leurs déchets mais toutes étaient intéressées pour s'inscrire dans un projet collectif et convivial.

Les familles ont reçu un kit de démarrage contenant notamment un peson et ont bénéficié d'un diagnostic personnalisé d'une heure et demie chez elle, à l'issue duquel elles ont signé une charte d'engagement sur la pesée de leurs déchets, la présence aux ateliers et leurs objectifs personnalisés. Pendant six mois, les participants ont dû peser toutes leurs poubelles résiduelles. Les autres flux (recyclables, biodéchets...) étaient optionnels mais les organisateurs ont observé que plusieurs familles se sont prises au jeu et ont décidé spontanément d'aller plus loin. A mi-parcours, un questionnaire leur a été distribué pour mesurer leur avancement et elles ont pu à ce moment solliciter un deuxième rendez-vous personnalisé pour modifier et adapter leurs habitudes.

Six ateliers (une demi-journée un samedi par mois, suivie d'un repas collectif) ont été organisés en collaboration avec une association locale et des professionnels sur des thèmes spécifiques. Les familles qui remplissaient leurs objectifs après six mois de défi ont été récompensées par des bons d'achat éco-responsables.

BILAN ET PERSPECTIVES

Au-delà de récompenser l'effort et les résultats des participants, la fin du défi est également l'occasion de préparer les suites à donner à l'opération pour renforcer son impact dans le temps. A ce titre, la fin du défi ouvre plusieurs perspectives et possibilités.

1. VALORISEZ LES RÉSULTATS ET L'EXPÉRIENCE DES PARTICIPANTS

Que vous preniez en compte la baisse totale des déchets produits ou seulement les ordures ménagères résiduelles, il est important de mettre en valeur les résultats des participants, par exemple sur un site internet dédié, à la fois pour leur fournir un retour sur leurs efforts, mais aussi car les chiffres de réduction et les témoignages personnels permettent de mieux faire connaître l'opération auprès du reste de la population et des médias locaux.

Plusieurs collectivités, à l'instar d'Annecy, ont organisé une soirée de clôture avec une remise des prix aux familles ou aux équipes gagnantes. Comme la plupart des organisateurs le recommandent, l'agglomération s'est concentrée sur l'effort de réduction et c'est donc le foyer qui avait le plus considérablement réduit ses déchets qui a gagné ce défi, et non celui dont la poubelle était la plus légère.

D'autres collectivités mettent en avant sur leur site des portraits ou histoires des familles participantes, faisant part de leurs progrès mais également des difficultés rencontrées sur certains aspects du défi. Tous ces retours d'expérience permettent de faire vivre la communauté qui s'est créée au delà du défi et peuvent également inciter de nouvelles familles à s'engager.



Source: Grenoble Métropole

2. TIREZ DES ENSEIGNEMENTS POUR ORIENTER LES POLITIQUES



Les remarques et retours d'expérience collectés tout au long du défi auprès des participants peuvent permettre d'orienter et de prioriser certaines actions de la politique de gestion des déchets. Par exemple, les difficultés rencontrées par les familles pour composter leurs biodéchets ou accéder à des aliments en vrac donnent des axes d'amélioration du service public afin de généraliser l'accès à certaines alternatives de réduction des déchets (collecte de biodéchets, service de couches lavables, boutiques de vrac...).

3. ORGANISEZ UN AUTRE DÉFI

Face au succès de leur premier défi, de nombreux organisateurs souhaitent continuer sur cette lancée avec une deuxième édition. Le format n'est pas nécessairement le même en fonction des enseignements tirés et l'expérience acquise peut permettre d'envisager le nouveau défi à plus grande échelle, si davantage de familles se montrent intéressées.



Source: Ville de Roubaix

Cela permet de démultiplier l'impact de l'opération en accompagnant de plus en plus de citoyens dans la démarche. Une autre possibilité est de ne plus organiser de défis en tant que tels, mais de maintenir les outils de collecte des données et l'organisation de certains ateliers pour les familles qui le souhaitent. Les retours d'expérience montrent cependant que continuer à proposer un accompagnement individuel, en dehors du cadre d'un défi, ne rencontre pas forcément autant de succès : la construction d'une petite communauté et les échéances qui rythment la période du défi sont bien des facteurs de réussite importants.

4. IDENTIFIEZ DES "AMBASSADEURS" DU ZÉRO DÉCHET

Trouver un parrain-marraine ou une famille ambassadrice s'avère être un bon moyen d'animer la communauté à la suite du défi et de recruter de nouveaux participants.

La ville de Roubaix mise particulièrement sur ces anciens participants pour diffuser les bonnes pratiques et recruter de nouvelles familles : grâce à des T-shirt, ces ambassadeurs seront aisément reconnaissables lors des événements ou manifestations organisées par la ville. Pour renforcer l'esprit de communauté, les organisateurs ont par exemple mis en place un système de parrainage entre les promotions de 2015 et 2016, par secteur géographique ou entre des familles de typologie similaire, et organisé des petits déjeuners pour qu'elles se rencontrent.

LE DÉFI FAMILLES COMME LEVIER DE DYNAMIQUE COLLECTIVE

Le défi familles, surtout quand il est organisé par une collectivité, peut également être un levier pour lancer une dynamique plus large sur le territoire. L'opération s'intègre alors dans une stratégie "zéro déchet" qui implique d'autres acteurs et concerne à la fois la prévention et la collecte des déchets.

Pour cela, quelques ingrédients doivent être réunis :

1. FAITES LE LIEN ENTRE LES PARTICIPANTS ET LES ACTEURS EXISTANTS DU ZÉRO DÉCHET

Il s'agit de penser le défi comme une opportunité de faire le lien entre des habitants qui découvrent la thématique et le réseau d'acteurs engagés pour la réduction des déchets pré-existant sur le territoire (les réparateurs, les commerçants qui acceptent les contenants personnels, les magasins d'occasion, les lieux de compostage collectif...). Cela permet d'intégrer le défi dans une mobilisation citoyenne plus large et de donner de la cohérence et de la visibilité au "mouvement zéro déchet" dans son ensemble, qui peut alors grandir. Ce lien peut être réalisé par l'organisation de visites auprès de ces acteurs pendant le défi, ou bien encore par la réalisation d'une carte des acteurs zéro déchet du territoire (ex. Roubaix).

2. FAITES DU DÉFI UN PROJET TRANSVERSAL ET PARTAGÉ AU SEIN DE LA STRUCTURE

Comme pour beaucoup d'autres politiques, votre défi familles aura d'autant plus de poids et de visibilité s'il bénéficie d'un portage politique fort. Pour impliquer les élus dès le départ, vous pouvez leur proposer de participer à l'opération avec leur famille, de venir aux ateliers et visites, etc.

Au delà du portage politique, il est aussi important que les autres services de la collectivité s'approprient l'opération. Une implication du service communication, de la vie associative ou de l'éducation dans l'organisation et le portage politique du défi familles permettra de donner une toute autre ampleur au dispositif.

3. DONNEZ AUX PARTICIPANTS LES MOYENS D'ENGAGER DES ACTIONS COLLECTIVES

L'organisation du défi peut être l'occasion d'identifier certains participants qui souhaitent porter d'autres projets en lien avec la réduction des déchets sur le territoire (réduction des déchets au bureau, dans son association sportive, installation d'un composteur collectif, etc.). Ces participants peuvent être conseillés et encouragés pour leur permettre de transformer leur expérience individuelle en projet collectif et qu'ils deviennent ainsi des ambassadeurs de la démarche sur le terrain.

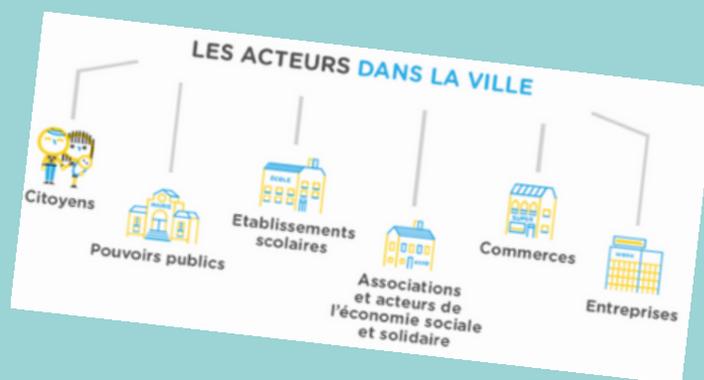
4. LANCEZ EN PARALLÈLE DES ACTIONS DESTINÉES À D'AUTRES PUBLICS

Pour favoriser l'émulation entre les acteurs et véhiculer l'idée que chacun a un rôle à jouer, le défi familles peut être conçu comme une opération parmi un éventail de politiques ciblant différents publics. Ainsi, le défi peut être complémentaire d'une opération "commerce ou entreprise engagé-e", "école zéro déchet", ou encore "administration exemplaire". La complémentarité de ces politiques permet de rendre visible une stratégie zéro déchet où chacun peut contribuer à l'objectif de diminution des déchets du territoire.



L'exemple de Roubaix

La municipalité de Roubaix s'est engagée dans l'organisation d'un défi familles en 2014, rassemblant 100 foyers volontaires et aux profils variés. L'objectif du défi était de mettre en lien les habitants avec les ressources et les acteurs du territoire, afin de valoriser le savoir-faire local en lien avec la réduction des déchets. Le défi zéro déchet faisait partie du programme de l'équipe municipale élue et le portage politique s'est donc révélé particulièrement important. Le service communication et les élus de la collectivité ont ainsi largement soutenu l'opération qui a bénéficié d'une grande visibilité médiatique. A Roubaix, le défi familles est construit en lien avec des politiques visant d'autres acteurs de la ville : commerçants (qui peuvent être labellisés zéro déchet), écoles, administrations, entreprises... Ainsi, les participants au défi ont par exemple pu bénéficier de bons d'achat dans les commerces labellisés zéro déchet, ou encore proposer à l'école de leurs enfants de s'engager dans la démarche. Pour donner corps au nombre et à la diversité des acteurs engagés, la ville a mis en ligne [une carte des acteurs ou lieux facilitant le mode de vie zéro déchet](#). Les familles participantes ont été valorisées, notamment à travers l'organisation d'une séance photos où elles ont pu repartir avec un cliché de leur familles, posant avec des objets leur évoquant le zéro déchet. Certains participants ont également largement témoigné de leur expérience dans la presse ou sur le blog dédié au défi. Pour la deuxième édition du défi, 160 foyers se sont inscrits en à peine deux mois, et la ville a dû créer une liste d'attente pour 2017. Les familles du premier défi peuvent devenir des ambassadeurs du zéro déchet et aider au recrutement de nouvelles familles.



Source: Ville de Roubaix

ET MAINTENANT, À VOUS DE JOUER !

CATALOGUE DES RESSOURCES



Rejoignez le groupe facebook d'échanges pour organisateurs de défis famille en cliquant [ici](#)

Cliquez sur une ressource pour y accéder:

SITES INTERNET DÉDIÉS :

VILLE DE ROUBAIX

GRENOBLE MÉTROPOLE

LORIENT AGGLOMÉRATION

VENCE INITIATIVE ENVIRONNEMENT

GUIDES PRATIQUES DÉFI ZÉRO DÉCHET :

GRENOBLE MÉTROPOLE

VENCE INITIATIVE ENVIRONNEMENT

PRIORITERRE

MODÈLES DE SUIVI DES DONNÉES :

AU MOIS

A LA SEMAINE

PLATEFORMES INTERNET POUR LA GESTION ET LE SUIVI DU DÉFI :

PRIORITERRE

LA COOP TILLEUL

OUTILS ET PUBLICATIONS ZERO WASTE FRANCE

DOSSIER "FAMILLES ZÉRO DÉCHET" -
MODE D'EMPLOI

ZÉRO DÉCHET: LES 100 SITES POUR
COMPRENDRE ET AGIR

STOP PUB

LE SCÉNARIO ZERO WASTE

KITS D'ACTION ZERO WASTE FRANCE

COMMERCES ZÉRO DÉCHET

ÉVÉNEMENTS ZÉRO DÉCHET

CAMPUS ZÉRO DÉCHET

Idées d'ateliers à organiser

Ateliers autour du compost

- Composter, le B.A BA
- Lombricompostage: ce qu'il faut savoir
- Technique lasagnes: jardiner grâce à ses déchets
 - Le compostage en pied d'immeuble
 - Le compost collectif de quartier
 - Fabriquer une champignonnière

Ateliers "Do it yourself"

- Faire ses produits d'entretien
- Fabriquer son éponge à base de récup'
 - Création de sacs à vrac
 - Fabriquer ses produits d'hygiène
- Fabriquer ses cosmétiques zéro déchet
- Couches lavables, comment ça marche ?
 - Textiles sanitaires, les alternatives

Ateliers autour de la réparation

- Réparations courantes: l'électroménager, les smartphones, vélos
 - L'électroménager, diagnostiquer une panne
- Gestes malins pour entretenir ses équipements électriques
 - Réparer ses petits équipements de cuisine



Zero Waste France est une association citoyenne, créée en 1997, qui milite pour la réduction des déchets. L'ONG propose des solutions permettant la réduction des pollutions, ayant un impact tant sur la santé que l'environnement en agissant à trois niveaux :



Faire avancer la réglementation française et européenne en intervenant directement auprès des décideurs politiques.



Soutenir et accompagner les acteurs de terrain tels que les collectivités, les entrepreneurs, les associations de lutte locale et les citoyens.



Informers les citoyens et décrypter les enjeux du monde des déchets.

Zero Waste France est financée en majorité par les dons et adhésions des citoyens et des associations. Votre adhésion nous donne les moyens d'agir et de garantir l'indépendance de Zero Waste France ! Adhérez en ligne : <https://www.zerowastefrance.org/fr/donner>

Crédits :

Auteur : Zero Waste France

Remerciements : Annecy Agglomération, Grenoble Métropole, Ville de Miramas, Ville de Roubaix, Vence Initiative Environnement, Espace Environnement, Prioriterre, Coop Tilleul, pour leur contribution à ce guide à travers leurs retours d'expérience.