

17



GESTES PROPRES

- Créée en **1971**
- Territoire d'intervention : **ensemble du territoire français** (bientôt en outre-mer)
+ **travail au niveau européen** avec le Clean Europe Network
- Équipe : **3 salariées, 1 volontaire en service civique ou 1 stagiaire**
- Budget annuel : **450 000 €**

ALERTER ET SENSIBILISER

AUX DÉCHETS

DUS À LA COVID-19

MISSION

Permettre à la communauté d'acteurs (citoyens, entreprises, collectivités locales, pouvoirs et acteurs publics et associations) d'agir ensemble concrètement sur la prévention des déchets sauvages et marins.



CONSTAT

LES ÉQUIPEMENTS JETABLES DE PROTECTION
À LA COVID-19, GANTS, LINGETTES, MAIS
SURTOUT MASQUES, SONT SOUVENT
ABANDONNÉS DANS LA RUE, DANS LA NATURE.

Une nouvelle source de pollution et de risque sanitaire.

Cela met en danger, d'une part, l'environnement, en raison de la très lente dégradation des équipements et d'autre part, la santé de tous, en particulier celle du personnel de propreté, des agents de collectes et des collaborateurs des centres de tri.



RÉPONSE

Une campagne de communication pour alerter et sensibiliser au double risque des masques jetés au sol : sanitaire et environnemental tant dans l'espace urbain (rues...) que dans le cadre naturel (plages, forêts...).





MISE EN ŒUVRE



Mai 2020

PHASES DE TRAVAIL

Juin 2020

Cadrage par un comité de pilotage communication
constitué de : une entreprise, un éco-organisme, le Ministère de la Transition Écologique, l'Association des Maires de France

Travail de l'agence de communication
présentation de 2 concepts au COPIL communication

Sélection par le COPIL
puis validation par le CA du concept le plus adapté

Lancement de la campagne d'affichage

Lancement de la campagne réseaux sociaux



BILAN

EFFETS PRODUITS

ET APRÈS ?

ENVIRON **15 000 AFFICHES** dans toute la France soit 1 milliard de vues estimées

18 POSTS sur les réseaux sociaux

Belle démonstration de la réactivité et de l'agilité de l'association (campagne créée en 1 mois)

Les masques sont devenus des déchets couramment abandonnés, comme cela a été le cas pour les sacs en plastique par exemple. Ils continueront donc à être pris en compte dans les prochaines campagnes de Gestes Propres jusqu'à la fin de la pandémie.



ANALYSE

FACTEURS DE RÉUSSITE

- + La **co-construction rapide** au sein du **COPIL communication** avec toutes les parties prenantes
- + Le **choix d'une agence de communication** sensible à la cause
- + Un **fort déploiement national** et un **relais à échelle locale** qui ont permis de toucher très largement

POINT D'ATTENTION

En dépit d'un calendrier très resserré, la co-construction et la prise de décision conjointe restent indispensables pour la réussite d'une opération de grande ampleur faisant intervenir différents partenaires.



EN SAVOIR PLUS

01 44 51 05 40
c.carpentier@gestespropres.com
gestespropres.com