

Domaine n°1

Exemplarité des collectivités

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE



Engagement n°2 – Réduire les goodies non utiles et objets de communication institutionnels en plastique



Contexte et enjeux

La communication institutionnelle et les objets associés utilisent de grandes quantités de supports plastiques (ex: bâches, supports divers parfois à usage unique, objets promotionnels...). Il est souhaitable de s'inscrire au regard des enjeux de prévention dans une démarche de diminution des quantités de plastiques utilisés et plus globalement de supports utilisés et distribués. A ce titre, il s'agirait de prioriser l'utilisation de matériel (habillage stand et podium) avec des **éléments réutilisables** et d'organiser leur **reprise en fin de vie**, par exemple en upcycling. Quant aux objets promotionnels, l'administration doit **diminuer leur distribution et prioriser des objets que ne sont pas en plastique**.



Objectifs

- **Renforcer l'engagement écologique** de la collectivité
- **Réduire les déchets plastiques** distribués par la collectivité
- **Soutenir les entreprises** proposant des solutions alternatives au plastique



Actions opérationnelles

- ☐ **Qualifier et quantifier** les objets promotionnels en plastique
- ☐ **Identifier les opérateurs de réutilisation / réemploi**
- ☐ Acter une **stratégie globale de réduction et d'éco-conception** sur ce flux
- ☐ Inclure des **clauses d'éco-conception dans le marché de fourniture** sur ce flux



Public cible

Les fournisseurs



Partenaires

- Les acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS)
-



Indicateurs envisageables

- **Nombre de goodies et objets de communication réinjectés** dans l'économie du réemploi / réutilisation
- **Diminution du nombre** de goodies et objets de communication distribués par trimestre
- **Présence ou non d'un marché de fourniture sans plastique** (ou à défaut, avec des plastiques recyclés)



* action en lien avec la charte nationale "Plages sans déchet plastique à destination des communes littorales engagées"

Domaine n°1

Exemplarité des collectivités

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE



Engagement n°3 – Adopter une stratégie globale de réduction et de tri des déchets plastiques pour les événements de la collectivité



Contexte et enjeux

La gestion quotidienne de l'institution conduit à la consommation d'objets plastiques augmentée par les emballages et suremballages des commandes. **Les événements organisés, et notamment en raison des prestations de restauration associées**, peuvent également générer des quantités importantes de plastique (vaisselles particulièrement). Les événements ciblés sont à la fois **les événements internes, à destination des agents de la collectivité, et les événements externes** (manifestations diverses, séminaires ...).



Objectifs

- **Changer ses propres pratiques** pour montrer l'exemple
- **Communiquer** sur cette action auprès du grand public



Actions opérationnelles

- ☐ Intégrer dans le **règlement intérieur de la collectivité** (ou tout autre document de référence) l'obligation de réduction du plastique dans la collectivité
- ☐ **Imposer le « zéro plastique » aux prestataires**
- ☐ Réaliser un **état des lieux** de l'utilisation du plastique dans la collectivité
- ☐ **Identifier les prestataires proposant des solutions alternatives** au plastique
- ☐ Ouvrir les achats publics aux **structures de l'Économie Sociale et Solidaire du réemploi**
- ☐ Doter les événements de **poubelles multi-flux en synergie avec la chaîne de collecte**
- ☐ **Informer/communiquer auprès de tous les convives** avant et pendant un événement
- ☐ Formaliser les **retours d'expériences** et l'évaluation de l'efficacité des actions menées



Public cible

L'ensemble des **personnes concernées par les événements**



Partenaires

- Les associations de l'Education à l'Environnement et au Développement Durable (EEDD) locales
- **Res'Occ**



Indicateurs envisageables

- Présence d'un **document interne** réduisant au maximum le plastique
- Achats publics : nombre de **contrats (fournisseur / traiteur) conclus proposant des solutions alternatives** au plastique
- **Nombre de cahiers des charges « zéro plastique »**



* action en lien avec la charte nationale "Plages sans déchet plastique à destination des communes littorales engagées"

Domaine n°1

Exemplarité des collectivités

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE



Engagement n°5 – Développer une gestion exemplaire des chantiers en Maîtrise d'Ouvrage (MO)



Contexte et enjeux

Les chantiers en maîtrise d'ouvrage collectivité doivent **intégrer l'économie circulaire**. En amont (en phase programme), il convient d'ajouter la notion d'**analyse du cycle de vie** notamment sur l'usage de produits plastiques puis dans les phases opérationnelles (phases conception et suivi chantier), le choix des matériaux. Cette dynamique doit également être présente sur des **chantiers de fin de vie et de démolition** en assurant un **tri poussé des déchets** notamment plastiques. Il est essentiel que la Maîtrise d'Ouvrage puisse s'appuyer sur une maîtrise d'œuvre ou sur une assistance à maîtrise d'ouvrage experte qui pourra **identifier les problématiques liées au plastique des chantiers et orienter vers des solutions alternatives plus vertueuses**.



Objectifs

- **Intégrer les principes de l'économie circulaire** dans ses chantiers en Maîtrise d'Ouvrage
- **Réduire le recours aux matières plastiques** dans ses chantiers en Maîtrise d'Ouvrage
- Avoir recours au **réemploi de produits de construction en matériaux plastiques**



Actions opérationnelles

- ☐ **Sourcer les matériaux de construction alternatifs** au plastique (travail à mutualiser)
- ☐ Identifier les opportunités de **réutilisation/recyclage des matériaux plastiques existants** sur les chantiers de fin de vie
- ☐ **Se faire accompagner par des bureaux d'études** experts en économie circulaire
- ☐ **Expérimenter** sur un chantier exemplaire
- ☐ **Inscrire la démarche dans le cahier des charges** des marchés publics
- ☐ Recenser les **bonnes pratiques** / partager des **retours d'expériences**



Public cible

Le maître d'ouvrage et/ou maître d'œuvre



Partenaires

- | | |
|--|--------------------|
| • Les éco-organismes de la filière Produits Matériaux de Construction du Bâtiment | • Envirobat |
| • Les bureaux d'études | • Res'Occ |



Indicateurs envisageables

- **Sourcing matériaux**
- Démarche inscrite ou non dans le **cahier des charges**
- Nombre de **chantiers exemplaires réalisés**

Engagement n°6 – Adopter une stratégie de réemploi / réutilisation du matériel, notamment plastique, de la collectivité



Contexte et enjeux

Déployer une stratégie de réemploi et de réutilisation de son matériel permet à la collectivité de renforcer son exemplarité. Il s'agit de définir une **stratégie lui permettant de réduire ses déchets et de préserver les ressources naturelles** tout en réalisant des économies. Cela sensibilise les équipes tout en renforçant le lien social. Cela nécessite une **gestion efficace des stocks** et encourage l'innovation. Enfin, une bonne communication **valorise les initiatives et favorise la collaboration avec d'éventuels partenaires**. Cette stratégie doit notamment viser le **matériel en matière plastique**.



Objectifs

- Inscrire la collectivité dans l'**économie circulaire**
- **Réduire son utilisation de matières plastiques**
- **Maîtriser les coûts** de la fourniture en matériel
- **Soutenir les acteurs « 5R » du territoire** (Refuser/Réduire/Réutiliser/Recycler/Retour à la terre) proposant des solutions alternatives au plastique



Actions opérationnelles

- ☐ Conduire une **réflexion** en amont **intégrant le réemploi dans les achats publics**
- ☐ Créer des **partenariats avec les acteurs locaux sur la gestion de fin de vie du matériel** de la collectivité
- ☐ **Communiquer auprès du public** pour valoriser les actions menées



Public cible

Les agents



Partenaires

- Les **acteurs « 5R »** du territoire
-

-
-



Indicateurs envisageables

- Nombre d'**actions de sensibilisation** menées
- Nombre de **marchés de fournitures comprenant des clauses « 5R »**
- Nombre de **partenariats locaux**

Domaine n°1

Exemplarité des collectivités

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE



Engagement n°7 – Développer l'engagement des élus



Contexte et enjeux

Former les élus, sur le sujet des déchets plastiques, permet d'en faire des **ambassadeurs**. Ainsi, ils peuvent favoriser un **engagement collectif dans des politiques publiques** en faveur d'une amélioration de la gestion des plastiques dans la totalité de leur cycle de vie.



Objectifs

- **Former et sensibiliser les élus** sur le sujet des déchets plastiques
- Piloter les **nouvelles politiques publiques** de gestion des déchets plastiques (prévention & tri ; réutilisation & réemploi ; économie circulaire...)



Actions opérationnelles

- ☐ Proposer des **formations** actualisées / **visites de sites** à destination des élus
- ☐ **Communiquer** sur l'engagement des élus
- ☐ **Inclure** des élus dans les ateliers de restitution des études sur les emballages, notamment en plastique
- ☐ Organisation de **journées territoriales** sur les déchets municipaux avec invitation de tous les Maires du Territoire



Public cible

Les **élus** de la collectivité



Partenaires

- Les associations d'Education à l'Environnement et au Développement Durable (EEDD) •
- Le CNFPT •



Indicateurs envisageables

- Nombre d'élus **participant à une fresque**
- Nombre d'élus **participant à un « challenge plastique »**
- Réalisation d'une **communication présentant des élus engagés** et formés sur le sujet
- Nombre d'élus **participant à des visites de sites**

Domaine n°2 Zéro plastique à usage unique

Engagement n°1 – Développer le vrac et le réemploi des emballages



Contexte et enjeux

L'objectif visé est de réduire l'usage des emballages plastiques jetables en modifiant durablement les comportements. Les freins à la consigne reposent principalement sur le **coût logistique** et la **non standardisation des contenants** qui obligent à un retour spécifique du contenant. Le modèle à construire doit donc lever ces deux difficultés grâce à la coopération entre producteurs et commerçants.



Objectifs

- **Standardiser les contenants**
- Mettre en place des **boucles logistiques optimisées** en vue de nettoyer les emballages
- **Diminuer les tonnages de déchets plastiques**



Actions opérationnelles

- ☐ **Accompagner les acteurs** (producteurs de contenants plastiques et commerçants) **du vrac et de la consigne** sur son territoire (appui logistique & financier)
- ☐ **Accompagner les investissements des acteurs** vrac/réemploi sur le territoire
- ☐ **Mutualiser les moyens pour le lavage des contenants** consignés/vrac



Public cible

Les **acteurs du vrac et de la consigne** (apporteurs de solutions et commerçants)



Partenaires

- Les CCI et les CMA
- Les associations de commerçants et de consommateurs
- Le Réseau Vrac & Réemploi
- Les éco-organismes



Indicateurs envisageables

- **Nombre de tests et d'accompagnements** vrac & consigne
- **Nombre d'apporteurs de solutions et de commerçants** engagés dans la démarche
- **Nombre d'accompagnements pour les investissements**
- **Tonnages d'emballages plastiques détournés**

Domaine n°2 Zéro plastique à usage unique

Engagement n°2 – Promouvoir le vrac et le réemploi des emballages



Contexte et enjeux

L'objectif visé est de réduire l'usage des emballages plastiques jetables en modifiant durablement les comportements. Les modèles de consommation individuelle sont à ce jour orientés vers la vente en portions pré-emballées générant des volumes très importants d'emballages et de **suremballages à usage unique**. Or ces emballages représentent 40% des plastiques en Europe. Pour lutter contre cette prolifération, certains commerçants de proximité engagés font le choix de la **vente en vrac**. Dans leur sillage, la grande distribution en réponse à une demande clientèle grandissante propose de plus en plus ce mode de conditionnement. Il s'agit d'encourager la démarche auprès de tous les commerçants de son territoire (pas seulement les magasins alimentaires mais aussi les magasins vendant d'autres types de marchandises, les cafés, les stands présents sur le marché...) afin de **lutter contre la prolifération des déchets plastiques à la fois dans le circuit de collecte mais aussi dans l'environnement**.



Objectifs

- Favoriser les **changements de comportements chez le consommateur**
- **Diminuer le recours au plastique dans les commerces**



Actions opérationnelles

- ☐ Créer un **annuaire local des acteurs du vrac/réemploi** et relayé par les collectivités territoriales auprès des particuliers et consommateurs
- ☐ Mettre en place des **campagnes de sensibilisation** le retour de la consigne
- ☐ Réaliser des **ateliers de sensibilisation** au vrac et au réemploi des emballages
- ☐ **Distribuer des contenants réutilisables**
- ☐ **Participer au mois du vrac**
- ☐ Promouvoir le **réemploi des bouteilles en verre** sur le territoire



Public cible

Les **consommateurs et commerces divers**



Partenaires

- Les **CCI** et les **CMA**
- Le **Réseau Vrac & Réemploi**
- Les **associations de commerçants**
-



Indicateurs envisageables

- Promotion d'un **inventaire des acteurs du vrac/réemploi**
- Nombre d'**actions de sensibilisation**
- Nombre d'**actions de communication**

Domaine n°2 Zéro plastique à usage unique

Engagement n°4 – Mutualiser du matériel pour les événements culturels et sportifs



Contexte et enjeux

La transition vers moins de déchets passe notamment par un effort de prévention sur les événements fortement producteurs de déchets dont des produits à usage unique qui sont le plus souvent non triés. De nombreux organisateurs d'événements sont très sensibles à la nécessité d'agir sur l'impact environnemental global de leur événement poussé par un accompagnement financier incitatif de la Région. Il s'agit désormais d'inciter les organisateurs à évoluer vers des **événements « zéro déchet plastique »** notamment sur la vaisselle. Des acteurs sont également demandeurs de la création d'un **groupement d'achat régional pour la vaisselle ré-employable**.



Objectifs

- **Stopper l'utilisation de la vaisselle jetable** lors d'événements culturels et sportifs
- **Sensibiliser le public**
- **Transformer les pratiques** de consommation



Actions opérationnelles

- ☐ Structurer une **offre locale de lavage**
- ☐ Acheter de la **vaisselle ré-employable** et la mettre à disposition des organisateurs
- ☐ Mettre à disposition des **fontaines à eau** pour éviter les bouteilles plastiques



Public cible

Les **organismes**



Partenaires

- Les **syndicats, communes et EPCI**
- Les **associations** (Elemen'Terre,...)
- Les **opérateurs de lavage**



Indicateurs envisageables

- Création d'un **groupement d'achat pour la vaisselle**
- Quantité de **vaisselle empruntée par les organisateurs**

Domaine n°2

Zéro plastique à usage unique

Engagement n°5 – Inciter à adopter une démarche « zéro plastique » pour les événements se déroulant sur l'espace public



Contexte et enjeux

La transition vers moins de déchets passe par un effort de **prévention** à mettre en œuvre sur les événements fortement producteurs de déchets issus de produits à usage unique, déchets le plus souvent mal triés. Il faut **définir le périmètre de l'espace public que l'on entend préserver** (urbain, espaces naturels sensibles, plages...) et déterminer si l'on se concentre seulement sur les événements organisés et déclarés ou non.



Objectifs

- Favoriser les **alternatives au plastique**
- **Supprimer le plastique à usage unique**



Actions opérationnelles

- ☐ Créer un **guide pratique aidant les organisateurs** à planifier un événement « zéro plastique »
- ☐ **Soutenir financièrement** les associations en fonction (pour partie) de leur **gestion des déchets**
- ☐ Proposer un **soutien logistique aux organisateurs** qui adoptent des pratiques « zéro déchet »
- ☐ Mettre en place des **bacs de tri** mis en valeur avec une signalétique claire
- ☐ Proposer des **actions de sensibilisation / formation** à destination des organisateurs



Public cible

Les **structures organisatrices d'événements** sur l'espace public



Partenaires

- Les **collectivités**
- Les **associations** (Elemen'Terre,...)
- Les **éco-organismes**



Indicateurs envisageables

- Mise à disposition d'un **guide pratique aidant les organisateurs** à planifier un événement « zéro plastique »
- Nombre d'**actions de sensibilisation/formation réalisées**
- Nombre d'**accompagnements financiers ou logistiques** à destination des organisateurs

Zéro plastique dans l'environnement

Domaine n°3

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE

S²LOW

Engagement n°2 – Mettre en place des solutions de prévention des déchets en milieu naturel et urbain



Contexte et enjeux

En parallèle des actions de captation des déchets en milieu naturel et urbain, il est nécessaire de mettre en place des **stratégies de prévention** afin de limiter la prolifération des déchets **hors de la filière de récupération**. Ainsi, il s'agit d'**agir en amont** de sorte à **réduire la pollution** et à **renforcer l'efficacité des actions de captation**.



Objectif

Prévenir la pollution des cours d'eau par les déchets plastiques



Actions opérationnelles

- ☐ Promouvoir les **alternatives aux lingettes, couches, etc.**
- ☐ **Prêt de poubelles de tri** lors des événements, permettant d'éviter les envois des déchets
- ☐ Accompagnement des collectivités sur le **tri hors foyer** (équipements, communication)



Public cible

Les **collectivités** à compétence déchets, les **acteurs de la filière** et le **grand public**



Partenaires

- Les éco-organismes
- Les communes



Indicateurs envisageables

- Nombre d'**équipements de pré-collecte** mis en place
- Nombre de **camions équipés de filets**



* action en lien avec la charte nationale "Plages sans déchet plastique à destination des communes littorales engagées"

Zéro plastique dans l'environnement

Domaine n°3

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE

S²LOW

Engagement n°3 – Accompagner les artisans et commerçants à la gestion de leurs déchets



Contexte et enjeux

La multiplication des incivilités et des dépôts sauvages contribue à la détérioration des habitats et à la dissémination des déchets notamment plastiques dans l'environnement. Des **actions de formation** sont à mettre en place pour les artisans et commerçants afin de les **sensibiliser sur le tri des déchets et les impacts des déchets sauvages**.



Objectifs

- Améliorer les **performances de tri**
- Réduire les **dépôts sauvages** induits par les activités artisanales et commerciales
- Réduire la **fuite des déchets** dans la nature (envols, précipitations,...)



Actions opérationnelles

- ☐ Accompagner les commerçants et artisans du territoire aux **solutions locales de tri des déchets**
- ☐ **Recueillir les difficultés** rencontrées dans la gestion des déchets des commerçants et artisans et réfléchir à des **pistes d'amélioration**



Public cible

Les **artisans** et les **commerçants**



Partenaires

- Les **fédérations professionnelles**
- Les **CCI**
- Les **CMA**
-



Indicateurs envisageables

- Nombre d'**actions de formations** réalisées auprès des artisans et commerçants du territoire
- Nombre de **commerçants et artisans engagés** dans la démarche



* action en lien avec la charte nationale "Plages sans déchet plastique à destination des communes littorales engagées"

Zéro plastique dans l'environnement

Domaine n°3

Envoyé en préfecture le 09/02/2026

Reçu en préfecture le 09/02/2026

Publié le

ID : 034-253401822-20260206-20260205-DE

S²LOW

Engagement n°6 – Sensibiliser les scolaires / grand public aux déchets plastiques dans l'environnement



Contexte et enjeux

Les collectivités en compétence collecte des déchets conduisent la sensibilisation des usagers autour de la prévention et du geste de tri. L'effort est à poursuivre en inventant de nouvelles méthodes et en intégrant les nouvelles obligations du SPPGD (Extension des consignes de tri, fiscalité incitative...). Les acteurs de l'EEDD privilégient de positiver le message et de valoriser les bons gestes.



Objectifs

- Réduire les **emballages diffus abandonnés**
- Améliorer la **performance de tri des ménages**
- Faire connaître l'**impact des plastiques dans la nature** et **accompagner sa réduction**



Actions opérationnelles

- ☐ Conduire des **ateliers de sensibilisation** auprès du grand public et des scolaires (type fresque des déchets, visite des centres de tri et d'enfouissement, etc.)
- ☐ Créer des **outils innovants** (nudges, réseaux sociaux,...)



Public cible

Les **scolaires** et le **grand public**



Partenaires

- Les **collectivités à compétence déchets**
- Les **gestionnaires des espaces naturels**
- Les **associations**
- Les **éco-organismes**



Indicateurs envisageables

- Nombre d'**ateliers de sensibilisation** menés
- Nombre d'**outils de sensibilisation innovants**
- Nombre d'**écoles mobilisées** sur des actions de ramassage



* action en lien avec la charte nationale "Plages sans déchet plastique à destination des communes littorales engagées"

Domaine n°4 80% de déchets plastiques recyclés

Engagement n°2 – Soutenir le développement d'un centre de tri de plastiques durs issus de déchèterie

Zéro plastique dans l'environnement



Contexte et enjeux

Les solutions régionales de valorisation des résines plastiques sont à ce jour assez maigres. Dans le cadre d'une meilleure autonomie de territoire, il est encouragé d'identifier ou de faire émerger des **solutions locales en matière de tri, de préparation et de recyclage matière de certains plastiques**. Le succès de cette démarche nécessite un **travail collaboratif** entre la collectivité gestionnaire de déchèterie (sur le tri poussé de résines : polystyrène, plastiques durs, PVC...) et l'acteur économique porteur de la solution.



Objectifs

- Améliorer le **détournement des résines plastiques complexes** dans les déchèteries
- Améliorer la **valorisation des plastiques durs**



Actions opérationnelles

- ☐ Collaborer entre territoires autour d'un **projet collectif de tri**
- ☐ Identifier et séparer le **gisement de plastiques durs** en déchèterie
- ☐ Réviser les **consignes de tri** des plastiques en déchèterie



Public cible

Les opérateurs de tri



Partenaires

- Les **collectivités** en charge de la collecte
- Les **éco-organismes**
- Les **exploitants de déchèterie**



Indicateurs envisageables

- Quantité de **plastiques durs détournés**
- Révision des **consignes de tri** en déchèterie
- Nombre de **déchèteries impliquées** dans la démarche

Domaine n°4 80% de déchets plastiques recyclés

Engagement n°3 – Améliorer les performances de collecte des déchets plastiques



Contexte et enjeux

La pré-collecte des déchets est une étape cruciale pour faciliter la future collecte, qu'elle soit opérée par la collectivité ou par une entreprise privée. Ainsi, il est nécessaire que la collectivité se penche de concert sur les **solutions techniques de collecte et de pré-collecte** mise en œuvre sur son territoire afin d'améliorer ce qui peut l'être. La pré-collecte est spécifique aux déchets ménagers et ne comprend pas le mobilier urbain. Elle correspond par exemple au choix stratégique des emplacements des équipements de collecte ou à l'installation des bacs à roulettes et autres éléments comme les abris conteneurs.



Objectifs

- Améliorer la **performance de tri des recyclables** des ménages et assimilés
- Améliorer la **valorisation des déchets plastiques**



Actions opérationnelles

- ☐ Faciliter la mise en œuvre des **nouvelles filières Responsabilité Élargie du Producteur collectant des plastiques**
- ☐ Accompagner des **solutions de tri / valorisation**
- ☐ Déployer des **moyens de pré-collecte renforcés et adaptés**
- ☐ Conduire des **campagnes innovantes de sensibilisation au tri**



Public cible

Les usagers



Partenaires

- Les éco-organismes
- Les **délégataires de services de collecte**



Indicateurs envisageables

- Nombre de **solutions de tri / valorisation accompagnées**
- Amélioration des **moyens de pré-collecte** sur le territoire
- Conduite d'une **campagne de sensibilisation** au tri

80% de déchets plastiques recyclés

Domaine n°4

Engagement n°4 – Renforcer la communication autour du tri des plastiques



Contexte et enjeux

Avec l'extension des consignes de tri, l'ensemble des emballages plastiques des ménages sont collectés y compris les pots et films autrefois séparés. Il est nécessaire de mettre en place une **stratégie de sensibilisation au tri afin d'améliorer la qualité du tri des plastiques**.



Objectif

Transférer une partie des tonnages présents dans les OMR **vers les EMR**



Actions opérationnelles

- ☐ Mener une **campagne de communication** sur la diversité des plastiques et leur recyclage (s'appuyer sur les supports de communication des éco-organismes)
- ☐ Organiser des **visites de sites** (centres de tri et centres de traitement)
- ☐ Favoriser des **actions de sensibilisation** au tri en milieu scolaire et extra-scolaire
- ☐ Faire des **campagnes de caractérisation des poubelles de tri**



Public cible

Le **grand public** et les **publics scolaires**



Partenaires

- Les éco-organismes
- Les associations d'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable
-



Indicateurs envisageables

- Présence de **panneaux informatifs** devant les Points d'Apport Volontaire
- Nombre d'**interventions en milieu scolaire et extra-scolaire**
- Quantité de **plastique présent dans les Ordures Ménagères Résiduelles**

80% de déchets plastiques recyclés

Domaine n°4

Engagement n°7 – Favoriser un meilleur tri des plastiques en déchèterie



Contexte et enjeux

Les encombrants de déchèterie contiennent des quantités importantes de plastiques dont une partie est valorisable. Ces flux entraînent des **coûts de gestion d'élimination** par enfouissement ou incinération évitables. Ces erreurs exposent aussi à un **risque de contamination des matériaux recyclables** diminuant ainsi leur recyclabilité et leur valeur marchande.



Objectif

Augmenter le **détournement des plastiques valorisables**



Actions opérationnelles

- ☐ Caractériser les **plastiques valorisables** dans la benne d'encombrants
- ☐ Réaliser une **enquête auprès des usagers** de la déchèterie pour obtenir des pistes d'amélioration de la signalétique
- ☐ Réaliser une **campagne de sensibilisation** au tri en déchèterie auprès des usagers
- ☐ Installer une **signalétique** claire et efficace
- ☐ Proposer des **formations pour les agents de déchèteries**
- ☐ Engager une réflexion sur le **réaménagement des déchèteries**



Public cible

Les **usagers** et les **agents des déchèteries**



Partenaires

- Le **Centre National de la Fonction Publique Territoriale** (CNFPT)
- Les **éco-organismes**
-
-



Indicateurs envisageables

- Réalisation ou non d'une **enquête usagers**
- Réalisation ou non d'une **campagne de sensibilisation**
- Mise à jour de la **signalétique**
- Quantité de **plastiques détournés**