



SOMMAIRE

1. De la « tri attitude » à une habitude
2. Objectif: 0 déchet
3. Une campagne 360° !



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DU CENTRE LITTORAL
l'agglo

DE LA « TRI ATTITUDE » À UNE HABITUDE



Depuis septembre 2015 les habitants de l'agglo pratiquent le tri ! Papiers, cartons, bouteilles en plastique et emballages métalliques sont maintenant jetés dans le bac jaune. Un geste de tri qu'il a fallu travailler, répéter pour qu'il commence à être mémorisé.

Les chiffres de 2016 démontrent que le centre de tri Ekotri a reçu 1978,66 T de déchets recyclables, géré 1411,29 T de déchets triés, expédié plus de 2000 balles dans l'Hexagone et en Martinique (emballages plastiques) et accueilli en visite plus de 500 personnes !

Des résultats encourageants que la CACL souhaite poursuivre, en réduisant les 35% de refus constitué de déchets non recyclables et non autorisés dans le bac jaune. C'est sur cet axe que l'agglo vise une nette amélioration à travers cette nouvelle campagne de communication. Au-delà d'une attitude, le geste de tri doit devenir une habitude.

Une action que l'on fait sans hésiter, de façon maîtrisée et en toute simplicité !





COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DU CENTRE LITTORAL
l'agglô

OBJECTIF 0 DECHET



La CACL lancera sa nouvelle campagne sur le tri sélectif le lundi 15 mai pour une période allant de deux semaines à un mois sur différents médias.

Des périodes de relances sont prévues au mois de septembre et décembre notamment qui correspond à une période de forte consommation d'emballages en tout genre en raison des fêtes de fin d'année.

Il s'agit de proposer aux habitants d'aller encore plus loin dans la démarche du tri de leurs déchets, avec des objectifs clés :

- Améliorer la qualité du tri
- Faire du tri un geste « réflexe »
- Adopter durablement les bons gestes de tri
- Valoriser l'intérêt du tri qui permet de donner une 2^{ème} vie aux déchets recyclables

Avec cette campagne basée notamment sur la diffusion de nouveaux supports d'information concernant le tri, l'agglomération souhaite mobiliser et encourager ses concitoyens. Plus largement elle s'attachera à démontrer que c'est du geste quotidien de chacun que viendront les résultats et l'amélioration collective des quantités de déchets recyclés.





COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DU CENTRE LITTORAL
l'agglo



LE SLOGAN

« Anvan jité annou triyé », tel est le slogan de cette nouvelle campagne. Le choix du créole permet d'utiliser une langue qui se veut « universelle » en Guyane puisqu'elle est parlée par toutes les populations du territoire et donc suggère une compréhension du plus grand nombre.

Il se décline en deux versions, une version texte sur les supports de communication print et une version logo sur les supports audio-visuels.

ANVAN JITÉ ANNOU TRIYÉ !

ANVAN JITÉ ANNOU TRIYÉ !



LES VISUELS

On distingue 3 visuels différents. Chacun valorise un des matériaux autorisés à être jetés dans le bac jaune:

- bouteilles et flacons en plastique
- cartons et papiers
- emballages métalliques

Sur chaque visuel, il est rappelé les consignes de tri concernant chaque déchet recyclable.

Ex : « Dans la poubelle jaune :

Les canettes, boîtes de conserves, aérosols OUI

Les pots de peinture, barre de fer, bidons **NON** »

Des consignes simples pour faciliter la mémorisation, car la subtilité du tri se trouve dans la capacité à faire la distinction entre ce qui se jette ou non dans le bac jaune par rapport à une même famille de matériaux.

L'utilisation du « Je » permet de créer un sentiment d'identification et surtout de se projeter dans l'action.

Les couleurs choisies sont vives et apportent une certaine dynamique. La dominance du jaune rappelle bien évidemment la couleur du bac de recyclage.

Pour trouver un juste équilibre face à la vivacité des couleurs, le contenu des visuels se veut très épuré, avec des illustrations dans un style crayonné pour laisser la part belle aux déchets recyclables à l'état brut.



LES SPOTS TV

Triez, vous êtes filmés ! C'est tout naturellement et avec plaisir que Yannick Théolade, Lova Jah et Régine Lapassion ont accepté d'être les ambassadeurs du tri pour la campagne audiovisuelle de la CACL.

A travers 3 spots de 30 secondes, chacun incarne un aspect du tri sélectif à sa manière :

Yannick Théolade enseigne les bons gestes du tri à adopter en fonction de chaque bac à travers le djokan.

Lova Jah encourage les habitants de l'agglomération à trier et raconte la 2^{ème} vie des déchets recyclables.

Régine Lapassion quant à elle, partage ses conseils et bonnes astuces afin de s'organiser pour bien trier chez soi.

Des artistes qui chacun dans leur style et avec leurs propres mots, touchent différentes générations et différents publics.



LA LETTRE DE L'ENVIRONNEMENT

La Lettre de l'Environnement se glissera bientôt dans les boîtes aux lettres des habitants de l'agglomération !

A travers ce 4 pages, vous ne serez pas déçus du voyage ! Découvrez le bilan du tri de l'année 2016, rencontrez la famille Alcide pour qui trier est un jeu d'enfant, tordez le cou aux idées reçues sur le tri sélectif et faites escale au centre de tri Ekotri !

Vous trouverez dans ce 1^{er} numéro, l'essentiel de l'actu éco-responsable du territoire de l'agglomération.

(Distribution : 20 000 exemplaires)

