

# RÉ-UTILISATION DE CAMPAGNES DE SENSIBILISATION

## CONCEPT ET OBJECTIFS

Tout au long de l'année, Be WaPP développe de multiples actions et campagnes de communication destinées à sensibiliser le grand public. Celles-ci se déclinent sous différentes formes et supports pour un maximum d'impact. Ces campagnes peuvent être relayées et utilisées par tout un chacun, elles sont libres d'utilisation sous réserve de mentionner leur auteur. En outre, il est également possible pour les communes de bénéficier d'une personnalisation de l'action ou de la campagne choisie afin qu'elle corresponde encore mieux à la réalité locale. Ajout du logo communal, adaptation à la réalité de terrain, il suffit de prendre contact avec Be WaPP pour toute demande en ce sens à l'adresse [info@bewapp.be](mailto:info@bewapp.be).

## MODALITÉS PRATIQUES

Annoncées par voie de presse, sur le site de Be WaPP et via les réseaux sociaux, les [campagnes de communication](#) portent sur des thématiques différentes, selon l'actualité ou les priorités en matière de propreté publique.

Dans sa volonté de mettre sur pied une stratégie de communication ciblée, Be WaPP a classifié les citoyens en 3 catégories, selon leur comportement vis-à-vis de la propreté publique :

- **les verts** : c'est-à-dire les citoyens convaincus par le respect de la propreté. On y retrouve par exemple les Ambassadeurs de la Propreté ;
- **les rouges** : à l'opposé des verts, ils ne respectent aucune règle, que ce soit par manque d'intérêt ou par rejet de l'autorité ;
- **les oranges** : par manque de connaissances, par désinvolture ou inadvertance, ils n'ont pas toujours/encore les bons gestes/réflexes.

Connaître sa cible est essentiel pour bien communiquer et atteindre son objectif. Ainsi, chaque campagne réalisée par Be WaPP s'adresse à l'une de ces 3 cibles et vise un objectif précis. Certaines campagnes se basent également sur les résultats d'études commanditées à des experts externes. Cette stratégie permet à Be WaPP d'utiliser un message adapté selon le public tout en veillant à ce qu'aucune cible ne soit oubliée.

**VOTRE MÉGOT,  
DESTINATION POUBELLE  
OU DESTINATION NATURE ?**



**UN DÉCHET JETÉ ICI PAR TERRE  
FINIRA PAR NUIRE À NOTRE TERRE.**

Un engagement commun de **Be WaPP** **TEC**

## ACTEURS ET RESSOURCES IMPLIQUÉS

Les responsables communication des entités impliquées dans la lutte contre la malpropreté peuvent se mettre en contact avec Be WaPP pour recevoir gratuitement le matériel souhaité et le faire adapter si nécessaire.

Il est conseillé de favoriser une **synergie** entre le **service de communication** et les **personnes en charge de la propreté publique** afin d'aboutir à une utilisation efficace des campagnes de communication. Les équipes sur le terrain peuvent ainsi identifier les situations particulières nécessitant des mesures de sensibilisation et envisager, avec le service communication, le meilleur moyen pour les mettre en avant.

## AVANTAGES

Be WaPP est régulièrement en contact avec les différents acteurs de la propreté publique. Cette position stratégique au cœur de l'action lui donne une vue globale, tant des défis que des solutions envisagées. En utilisant les campagnes de communication de Be WaPP, les communes bénéficient gratuitement de cette expertise et de ce savoir-faire.

Étude des cibles, réflexion autour des messages clés, mise en forme, diffusion : une campagne de communication nécessite de nombreuses ressources qui ne sont pas toujours disponibles. En partageant ses réalisations, Be WaPP permet une économie de moyens et de temps aux communes et autres partenaires intéressés.

De plus, le succès d'une campagne de communication dépend de sa répétition. Ainsi, en s'appropriant les campagnes de communication de Be WaPP, les communes bénéficient de l'effet de masse et de l'impact médiatique de Be WaPP. Comme le dit l'adage '**Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin**'.

