

FICHE – EXPERIENCE

COMMENT SENSIBILISER LES CITOYENS AU RESPECT DE LA PROPRETÉ DE L'ESPACE PUBLIC ?

Optimisation des canaux de communication

Retour d'expérience de la Ville de La Louvière

En 2007, la Ville de La Louvière s'était lancée dans une grande campagne de sensibilisation nommée « belLe-viLLe ». Ses objectifs principaux : responsabiliser les citoyens à la salubrité publique et impliquer tout un chacun dans l'amélioration de la propreté.

Dix ans plus tard, force était de constater que la propreté publique restait un problème majeur sur le territoire communal. Afin d'endiguer ce fléau, la Ville de La Louvière a profité de son nouveau projet « La Louvière proche de vous » lancé en janvier 2017 pour consacrer d'importants moyens à la propreté publique en ciblant les points noirs relevés sur l'ensemble de l'entité : les déchets en rue et aux abords des voiries, les dépôts au pied des bulles à verre, les dépôts clandestins, les dégradations aux arrêts de bus, la détérioration du mobilier urbain, les déjections canines, etc.



Avec ce nouveau projet, l'opération « Tous ensemble pour une ville propre » était lancée. Elle s'appuie sur un nouveau plan propreté incluant les différents leviers d'action depuis la sensibilisation jusqu'à la répression. Une équipe pluridisciplinaire a été mise en place, des engagements budgétaires conséquents ont été alloués à la propreté et un nouveau plan de communication a été élaboré.

La finalité de cette nouvelle campagne de communication est de jouer sur le sentiment d'appartenance des Louviérois à leur Ville et de favoriser une appropriation de tout un chacun de l'espace publique. La stratégie de propreté publique a été déclinée en une identité visuelle forte et de nombreux supports de communication :

- Un spot TV en trois déclinaisons (centre-ville, espace vert, site classé) diffusé largement sur les réseaux sociaux, sur les antennes d'ACTV (Antenne Centre Télévision), sur le site web de la Ville (<https://www.youtube.com/watch?v=NNOeHGtuRv4>) ;

- Une campagne d’affichage diffusée dans les planimètres (ou panneaux dits plani, ou sucettes), en insertion presse, dans le bulletin communal ... ;



- Des badges afin d’encourager les citoyens à devenir acteur de la propreté et, ainsi, à arborer un badge (offert aux participants de l’opération de nettoyage Be WaPP) ;
- Des publications sur les réseaux sociaux ;
- Une valorisation des activités des comités de quartier belle-ville qui depuis 2009 s’affairent à la propreté de leur cadre de vie ;
- La sensibilisation des plus jeunes au travers de projets scolaires ;
- La présence sur les marchés pour distribuer des cendriers de poche ou sacs à déjection canine par exemples ;
- Et finalement par le soutien renouvelé de la Ville à l’organisation d’opérations de nettoyage.

Retour d’expérience de la Ville de Liège

La Ville de Liège a adhéré en 2017 à l’AVPU (Association des Villes pour la Propreté Urbaine) dont l’objectif principal est de favoriser un échange de bonnes pratiques entre les villes en matière de propreté publique.

La même année, la Ville de Liège était récompensée en se voyant décerner le Grand Prix 2017 de l’AVPU : un trophée qui récompense les villes ayant mené des actions exemplaires dans différents domaines de la propreté publique.

La campagne de sensibilisation « Vous aimeriez qu’on fasse ça chez vous ? » a été fortement plébiscitée au même titre que l’action participative que constitue l’appel à projet propreté.

La campagne de communication : 4 spots pour convaincre...

En 2016, l’échevinat de la propreté avait fait réaliser quatre spots de sensibilisation dans lesquels deux enfants s’attaquent, dans des endroits emblématiques de la Ville à diverses incivilités...ou plutôt à leurs auteurs.

Les spots sont muets, jusqu'à la voix off enfantine finale qui interpelle le spectateur par un « Vous aimeriez qu'on fasse ça chez vous ? Alors pensez-y ! ». Ce rappel à l'ordre est mis en scène d'une manière humoristique et sur un ton délibérément décalé.



Ces spots ont été relayés massivement sur les réseaux sociaux et ont fait l'objet d'une diffusion au cinéma (dans 21 salles, à chaque séance) durant les vacances scolaires de Noël afin de toucher le plus large public possible. Ces spots sont encore visibles sur le

site : <https://www.todayinliege.be/liege-recompensee-efforts-matiere-de-proprete-videos/>

Appel à projets propreté

Depuis 2006, l'Echevinat en charge de la propreté et de la Vie sociale et l'ASBL « Liège Propreté et Environnement » mettent en place, avec la participation de tout le réseau associatif local, une opération d'envergure afin de lutter contre la malpropreté par le biais d'un appel à projets.

En 2017, une attention particulière a été apportée à la lutte contre les dépôts clandestins. Cette édition a rencontré un franc succès et a permis de retenir 40 projets, lesquels ont pu bénéficier de différentes primes.

Voir :

- Fiche-action n°32 du cahier de la Propreté Publique : Optimisation des canaux de communication
-