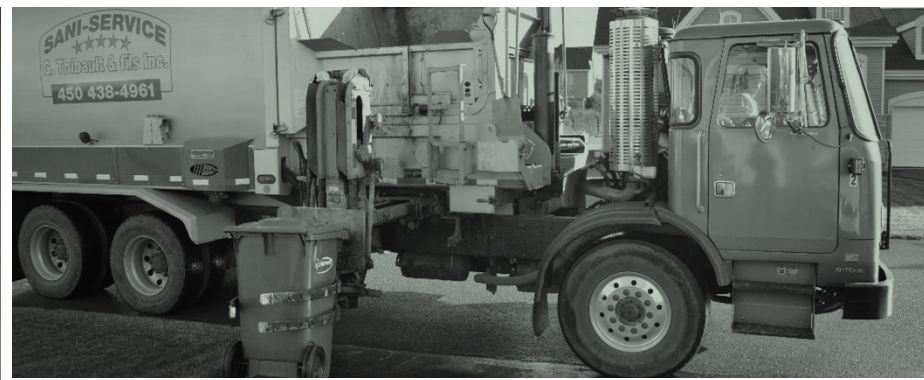


La campagne «*Vive le brun*» de la Ville de Prévost



**Josiane Cyr
Frédéric Marceau**

Colloque sur la gestion des matières résiduelles de Réseau Environnement
12 octobre 2016



La campagne « Vive le brun ! »

- Prévost ...
- Qu'est-ce que la campagne *Vive le brun* ?
- Point de départ
- Stratégies et messages: un incontournable
- Outils spécifiques
- Logistique d'implantation
- Facteurs de réussite
- Questions



La campagne «*Vive le brun*»
de la Ville de Prévost

PRÉVOST

- 13 200 habitants
- 5400 unités d'occupations
- Située au nord de Saint-Jérôme
- 130 commerces et industries
- 20 restaurants
- 3 écoles primaires



La campagne «Vive le brun» de la Ville de Prévost



Point de départ

- Il s'agit d'une modification de comportement majeure pour la population qui touche leur vie de tous les jours.
- Il s'agit du projet municipal ayant le plus grand impact global pour notre population depuis l'avènement du recyclage. Utilisateurs comme non utilisateurs, tout le monde est touché, chaque jour.

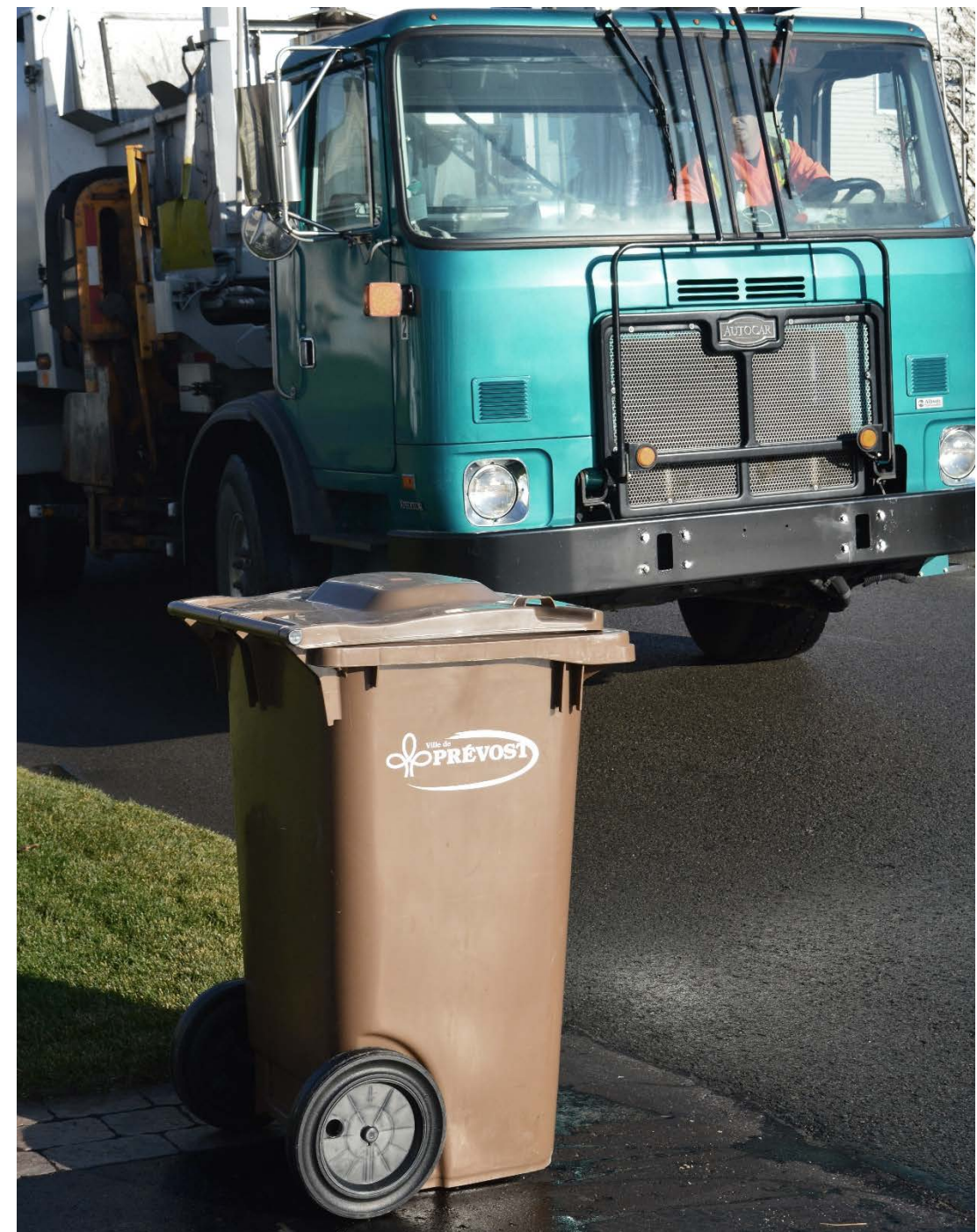


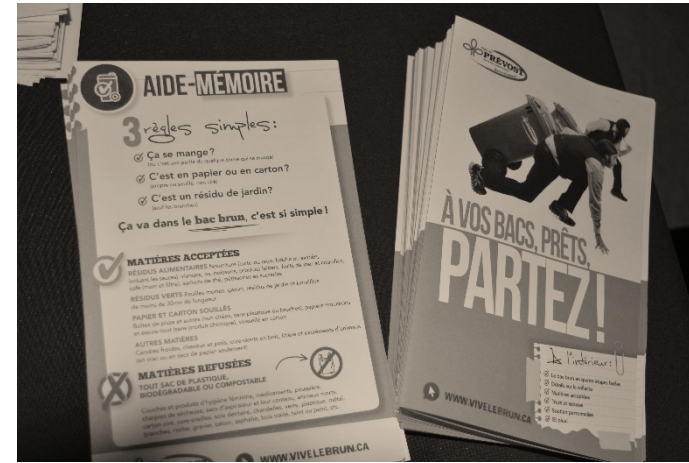


Qu'est-ce que la campagne ?

Campagne de communication pour la mise en place d'une 3e voie à Prévost

- Fait entièrement à l'interne avec une collaboration entre le Service de l'environnement et celui des communications
- Image de marque unique
- Stratégie de communication spécifique
- Portes-paroles *déjà vendus au brun*





Stratégie et message : un incontournable

- Récolter l'information du citoyen (consultation publique et questions par téléphone)
- Récolter les informations des sources connexes (RECYC-QUÉBEC, autres municipalités)
- Constat général : Changement de comportement : la base de la campagne

La campagne
«Vive le brun»
de la Ville de Prévost



Stratégie et message : un incontournable Notre stratégie de communication

Le changement de comportement : les gens vont devoir ajouter un nouveau triage

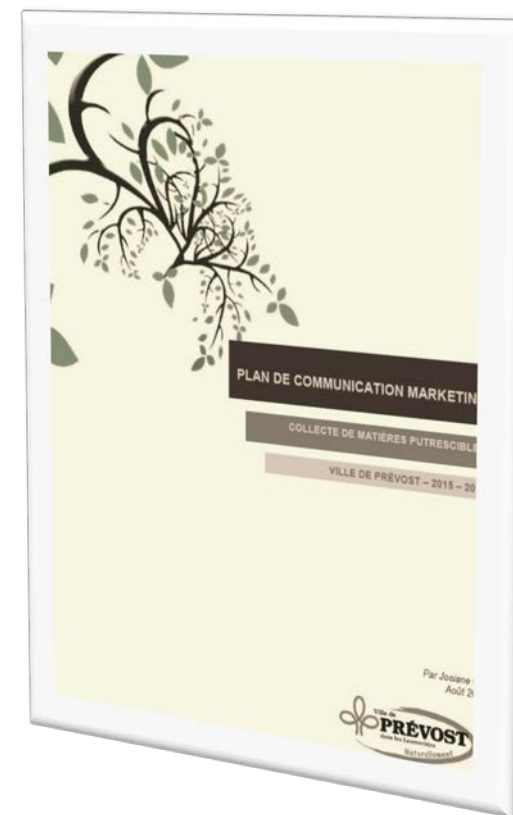
- Il faut cerner ce qui leur fait peur : appréhensions = problèmes potentiels
 - *Ça pue, c'est dégueulasse, c'est compliqué.*
- Leur faire apprivoiser le bac
- Leur faire adopter le bac

La durée : un élément majeur

- 18 mois, de juillet 2015 à janvier 2017 (début de la collecte le 2 mai 2016)

Stratégies secondaires :

- Accompagnement dès l'annonce
- Communications par étapes = construction des messages
- **Banalisation du bac**



Definition des messages clés, une question d'étapes

CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Connaissance du service (connaissance vague)	Volonté d'utiliser le service (connaissance de base)	Utilisation du service (connaissance approfondie)
<ul style="list-style-type: none">• Quand ?• Quoi ?	<ul style="list-style-type: none">• C'est facile !• On est rendu là !• Il faut sortir son bac• Comment on l'utilise ?• Ce qui va dans le bac	<ul style="list-style-type: none">• Lavage du bac• On part en vacances

Point central à toutes les étapes : On a réponse à toutes vos questions!



Definition des messages clés, une question d'étapes

La campagne «Vive le brun»
de la Ville de Prévost

MON CHANCEUX.

BIENTÔT CHEZ NOUS



Ville de PRÉVOST

UN DE CES BEAUX BRUNS CHEZ VOUS EN AVRIL...

WWW.VIVELEBRUN.CA



Ville de PRÉVOST

DISTRIBUTION DES BAGS EN COURS...



COLLECTE DÈS LE 2 MAI

WWW.VIVELEBRUN.CA



Ville de PRÉVOST

MÊME LUI VA
ÊTRE CAPABLE...

NE VOUS INQUIÉTEZ PAS!

WWW.VIVELEBRUN.CA



Ville de PRÉVOST

Definition des messages clés, une question d'étapes

La campagne «Vive le brun»
de la Ville de Prévost



**N'OUBLIEZ PAS
DE SORTIR...
VOTRE BRUN**

WWW.VIVELEBRUN.CA



**L'AVENIR
EST AU BRUN**

WWW.VIVELEBRUN.CA

**VOUS PARTEZ EN VACANCES?
PENSEZ À VOTRE BRUN...**



WWW.VIVELEBRUN.CA

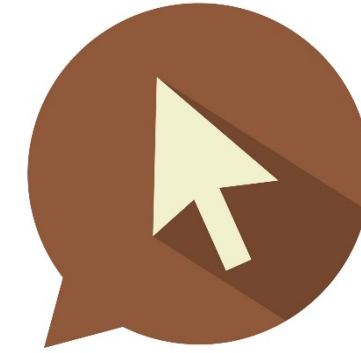
**UN BRUN,
ÇA SE LAVE...**



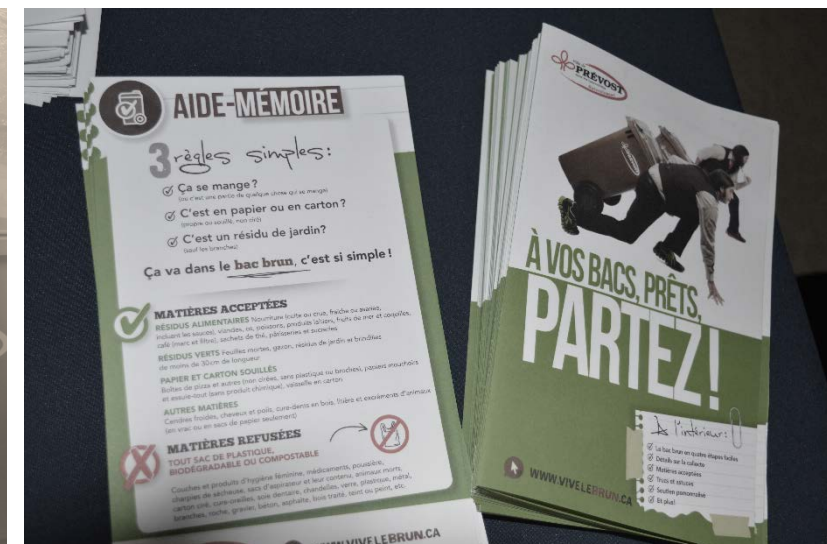
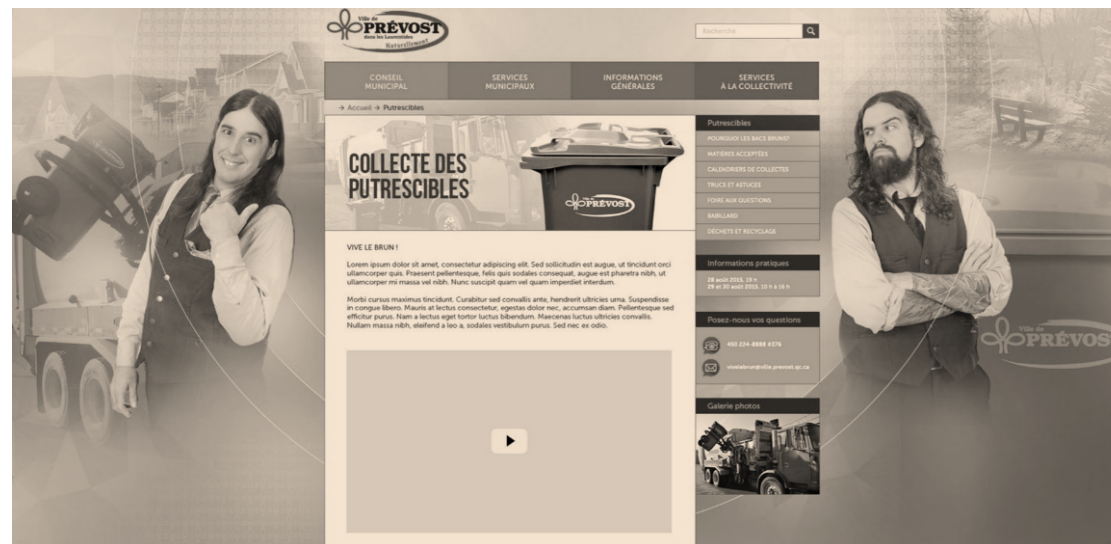
WWW.VIVELEBRUN.CA

Outils de communication

- Panneaux 4 x 8 sur le territoire
- Site web dédié: www.vivelebrun.ca
- Bulletins municipaux mensuels
- Capsule web
- Documentation distribuée avec le bac
- Séances d'information aux citoyens (4)
- Réseaux sociaux
- Communication aux médias (conférence de presse et communiqués)
- Agent d'information sur le terrain



La campagne «Vive le brun»
de la Ville de Prévost



Un exemple de banalisation: Nos 3 règles simples

- Recherche exhaustive et utilisation de liens vers les outils des autres villes et vers du matériel complémentaire
- Amélioration de ce qui se fait déjà
- Trois règles simples au lieu d'une liste résumée ou exhaustive
 - Idée prise sur les trois règles du recyclage de Recyc-Québec (contenant, emballage, imprimé)



3 règles simples: LE BAC BRUN

- ✓ **Ça se mange ?**
(ou c'est une partie de quelque chose qui se mange)
- ✓ **C'est en papier ou en carton ?**
(souillé ou pour emballer, sinon ça va au recyclage)
- ✓ **C'est un résidu de jardin ?**
(sauf les branches)



 WWW.VIVELEBRUN.CA  

Logistique d'implantation : choix du public cible

- Tous les citoyens sont concernés

TYPES DE COMPORTEMENTS P/R AU BAC BRUN

*Attend son bac
avec impatience*

*Va essayer et sait que
cela va demander un
peu d'adaptation*

*Est intéressé à
essayer mais a de
fortes appréhensions*

*Ne veut
absolument rien
savoir de ce tri*



Axés sur eux qui sont déjà enclin à adopter et à essayer le bac

Garder en tête qu'il sera très difficile de ramener les gens qui auront abandonnés suite à l'essai

La campagne «Vive le brun»
de la Ville de Prévost



La campagne «*Vive le brun*»
de la Ville de Prévost

Facteurs de réussite



- Image de marque unique et slogan facile
- Uniformité de la campagne sur toutes les plates-formes (outils associés)
- Impossibilité pour le citoyen de ne pas savoir que ça s'en vient
- Budget indépendant (5 \$ / unité d'occupation)
- Messages ciblés en fonction des appréhensions reçues
- Banque d'outils (problèmes et solutions)
- Communication avant, pendant ET après

Facteurs de réussite: la face cachée

- Délai entre l'annonce initiale et le début de la collecte
- Délai entre la réception du bac et le début de la collecte
- Mise en place des outils de résolution de problèmes bien avant le début de la collecte
- Moments choisis pour chacune des 4 séances d'information
- Maintien de la stratégie de communication suite au début de la collecte

SÉANCES D'INFORMATION BAC BRUN



MÉTHODOLOGIE | TRUCS ET ASTUCES | QUESTIONS

VENDREDI
1er AVRIL
19 H

MARDI
26 AVRIL
19 H

SAMEDI
14 MAI
10 H

JEUDI
26 MAI
19 H

GRATUIT | AUCUNE INSCRIPTION REQUISE

SALLE SAINT-FRANÇOIS-XAVIER 994, RUE PRINCIPALE



WWW.VIVELEBRUN.CA



Et notre capsule web

**Vue plus de 3100
fois...**



DES QUESTIONS?



WWW.VIVELEBRUN.CA

