**"Réduisons vite nos déchets, ça déborde" Le ministère de l'Ecologie et du Développement Durable et l'ADEME lancent la première campagne nationale de mobilisation sur la réduction des quantités de déchets ménagers**

**10/10/2005**

[Retour au sommaire  
**Communiqués de presse**](http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=96&m=3&catid=12527)

[**[](http://www.reduisonsnosdechets.fr/)**](http://www.reduisonsnosdechets.fr/)**360 kg par an et par habitant : c'est le poids des déchets ménagers que nous jetons chaque année, un poids qui a doublé en 20 ans, du fait de l'évolution de nos modes de vie. La réduction des quantités de déchets ménagers est aujourd'hui l'affaire de tous (industriels, distributeurs, ?) et dépend aussi des comportements individuels des consommateurs. Face aux enjeux de la gestion des déchets, le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable et l'ADEME, mettent en place sur 3 ans une campagne de mobilisation destinée à alerter les Français sur l'urgence de la situation et à mettre chacun de nous en position d'agir. Cette campagne se fait avec le soutien d'Eco-Emballages et d'Onyx/Veolia Environnement, en partenariat avec les associations France Nature Environnement et CLCV.**

**http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=41CA1FAD04581992526928012A4405AD1112189173311.gif Les consommateurs aussi ont un rôle à jouer !**Manque de capacité de traitement dans certains départements, coût de collecte et de traitement en hausse pour les collectivités locales et leurs habitants, gaspillage des matières premières? gérer au mieux notre production de déchets est devenu une nécessité. Dans ce contexte, nous sommes tous acteurs et impliqués, chacun à notre échelle : les pouvoirs publics, les distributeurs et les industriels, déjà engagés dans des démarches de réduction des déchets et d'éco-conception, mais aussi les ménages, qui prennent de plus en plus conscience de leur capacité à agir. Chaque consommateur détient en effet le pouvoir de décision face aux produits qui lui sont proposés, en fonction de ses besoins et de son mode de vie. Par ses choix et ses demandes, il peut influer sur l'offre de produits, peser sur la chaîne de fabrication? et participer ainsi à la réduction des quantités de déchets. La campagne « Réduisons vite nos déchets, ça déborde » s'inscrit dans le Plan national d'action et de prévention de la production de déchets lancé par le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable en 2004, plan qui vise à stabiliser la production de déchets à l'horizon 2008.   
  
  
http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=41CA1FAD04581992526928012A4405AD1112189173311.gif**Mobiliser les Français autour d'actions simples et efficaces**   
Loin d'un discours moralisateur ou culpabilisant, la campagne « Réduisons vite nos déchets, ça déborde » alerte les Français sur la situation actuelle et leur donne les moyens d'agir au quotidien, en proposant de nombreux gestes simples et efficaces à adopter :

* **Limiter les impressions papier** : au bureau comme à la maison, imprimons utile, si possible en recto-verso et sur du papier recyclé. Un employé de bureau jette environ 80 kg de papier par an.
* **Boire plutôt l'eau du robinet** : elle fait l'objet de nombreux contrôles de qualité.
* Éviter les produits jetables à usage unique : nous réduirons nos déchets et nos dépenses !
* Choisir les produits au détail ou en vrac souvent moins chers que les produits pré-emballés, pour les fruits et légumes, le fromage ou la charcuterie à la coupe? Les emballages représentent 1/4 du poids et une grande partie du volume de nos déchets ménagers.
* **Préférer les sacs réutilisables et les cabas ou les paniers pour faire vos courses** : oublions les sacs de caisse qui représentent près de 70 000 tonnes de plastique par an et des risques pour les animaux et les paysages.
* **Coller « STOP PUB » sur sa boîte aux lettres** c'est réduire la quantité d'imprimés qui ne sont pas lus pour la plupart ! 40 kg de prospectus distribués par famille et par an, c'est beaucoup !
* **Éviter les portions individuelles** : elles ne sont pas toujours utiles et peuvent coûter plus cher.
* **Économiser les piles**. Prenons l'habitude de nous brancher sur secteur à la maison : économies et durée de vie des baladeurs, lecteurs MP3, radios? assurées !
* **Choisir les produits avec moins d'emballages** : l'important c'est le produit lui-même, et pour l'environnement, moins d'emballages, c'est important !

http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=41CA1FAD04581992526928012A4405AD1112189173311.gif**Une campagne média et hors média**   
Pour mobiliser toutes les énergies, la campagne s'articule autour d'actions média et hors média et s'appuie sur les réseaux des partenaires de la campagne. **Le lancement de la campagne** interpelle les Français sur les enjeux et l'ampleur de la question. Pour révéler, grandeur nature, ce que représentent nos déchets ménagers, un jardin public est envahi virtuellement, par ces déchets. A cette fin une bâche représentant des sacs poubelles empilés entourera le square de la Tour Saint-Jacques (Paris 4ème) du 8 au 17 octobre. Les passants auront ainsi l'impression de trouver, à la place du jardin, une masse de sacs poubelles et prendront d'emblée conscience de l'urgence de la situation : les déchets ménagers produits par les Français en une heure recouvriraient le square de la Tour Saint-Jacques, soit 7200 m2, sous deux mètres de hauteur. Des panneaux présentent les enjeux de la situation et les gestes à pratiquer, une brochure pédagogique est diffusée aux passants.   
  
**La campagne TV, pour agir au quotidien**   
Entre le 20 octobre et le 9 décembre 2005, trois films de 20 secondes incitent les consommateurs à passer à l'action. La diffusion est programmée en 2 vagues : une vague de lancement avec diffusion des spots en continu, du 20 octobre au 9 novembre et une 2ème vague en 4 blocs (16 au 18 novembre, 23 au 25 novembre, 30 au 02 décembre, 07 au 09 décembre). La diffusion s'effectue sur toutes les grandes chaînes hertziennes (France télévision, TF1, Canal +, M6, ?) et certaines chaînes ciblées du câble et du satellite en affinité avec le sujet (i>télé, LCI, Ushuaïa, Planète, Planète Thalassa, Voyage, National Geographic channel).   
  
Les films reposent sur une pédagogie très visuelle : une personne essaie de jeter son sac de déchets dans une poubelle? géante qui, dès qu'une action permettant de réduire les déchets est citée, rétrécit pour arriver finalement à sa taille normale. En mettant l'accent sur la facilité à agir au quotidien, ils s'inscrivent dans l'action sans culpabiliser et mettent en valeur les « bons gestes », leur simplicité et leur efficacité.   
  
**Un site Internet :** [**www.reduisonsnosdechets.fr**](http://www.reduisonsnosdechets.fr/)Ce site offre à tous la possibilité de se familiariser avec la question de la réduction des déchets, en proposant des informations concises et concrètes sur un mode interactif et ludique (jeu, tests, quizz?). Les internautes peuvent également s'exprimer à travers un blog et transmettre les bons gestes à leur entourage.  
  
**Des relais pour toucher tous les Français**   
Plusieurs partenaires participent déjà à la campagne, comme Eco-Emballages et Onyx/Veolia environnement, ainsi que des associations comme France Nature Environnement (FNE) côté protection de l'environnement et Consommation Logement et Cadre de Vie (CLCV) côté consommateurs. Pour démultiplier la diffusion des messages et des actions liés à la réduction des déchets, la campagne « Réduisons vite nos déchets, ça déborde» fera également l'objet d'actions avec des partenaires locaux.   
  
Ainsi la participation de tous est nécessaire pour réfléchir, agir et enfin inverser la tendance, notamment celle des collectivités locales mais aussi des industriels et de la grande distribution, très concernés par la prévention. C'est en amplifiant l'action et en démultipliant les messages que les objectifs de réduction des déchets mis en décharge ou incinérés annoncés par Nelly OLIN, Ministre de l'Ecologie et du Développement Durable lors des Assises de La Baule de septembre dernier, pourront être atteints.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| [http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=4FC3D0B8E50C1E83C79A91BE2C274C9E1128934641963.jpg](http://www.ecologie.gouv.fr/sommaire.php3) | [http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=4FC3D0B8E50C1E83C79A91BE2C274C9E1128934373971.jpg](http://www.ecoemballages.fr/home.asp) | [http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=4FC3D0B8E50C1E83C79A91BE2C274C9E1128934487539.jpg](http://www.onyx-environnement.com/) | http://www2.ademe.fr/servlet/getImg?img=ademe_073AE028D1BC4045E24B6A4BA145222E1077188628024.gif |

**Contact**

* Relations Presse du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable

[Service de Presse](mailto:service-presse@ecologie.gouv.fr)tél. 01 42 19 10 55

* Contact Presse campagne : I & E Consultants

[Tanaquil Papertian](mailto:tpapertian@i-et-e.fr)tél. 01 56 03 13 79   
[Delabre Aurélie](mailto:adelabre@i-et-e.fr)tél. 01 56 03 12 99