

# Programme Local de Prévention des Déchets Ménagers et Assimilés



FICHES ACTIONS

EVALUATION

⇒ **Période 2021-2026**



## AXE 1 : action 1

### La mise en place et le suivi de la redevance spéciale pour les gros producteurs de déchets

#### descriptif de l'action

Depuis 2018, la CCSA a instauré une mise en place progressive de la Redevance Spéciale. En 2019, 10 entreprises sont assujetties (producteurs de 4 conteneurs OMR par semaine et plus)

#### objectifs de l'action

✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- réduire les déchets résiduels des entreprises
- développer des partenariats entre les gros producteurs de déchets et des entreprises de collecte spécialisées afin de valoriser les déchets produits
- répondre aux obligations réglementaires

✓ **Objectifs de réalisation**

- facturer au réel des gros producteurs de déchets
- accompagner les entreprises dans la réduction des déchets
- accompagner les entreprises dans la valorisation des déchets produits

✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

- 30 tonnes de biodéchets / an pour tous les établissements assujettis à la RS

## public ciblé

- les 10 entreprises assujetties à la Redevance Spéciale

## indicateurs

### ✓ **Indicateurs d'activité**

#### >Indicateurs de moyens

Avoir contacté toutes les entreprises ciblées et proposé au moins une solution pour sortir les déchets résiduels de la collecte

nom de l'entreprise	contactée le	estimation des déchets produits (quantité et qualité)	observation	solution(s) proposée(s)

#### >Indicateurs de réalisation

Nombre d'entreprises impliquées

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

### ✓ **Indicateurs d'impact**

#### >Indicateurs de participation

Actions réalisées avec chaque entreprise

nom de l'entreprise	actions réalisées

### >Indicateurs de quantités évitées

Quantification des déchets produits avant la mise en place des actions de prévention et de valorisation - quantification des déchets produits après la mise en place des actions de prévention et de valorisation

#### etapes clés de l'action

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux entreprises le PLPDMA et les évolutions règlementaires en matière de déchets	1 <sup>er</sup> T de chaque année	à présenter avec le bilan de la RS
estimer le gisement de déchets (quantité et qualité) de chaque entreprise	1 <sup>er</sup> T 2021	
concertation avec les entreprises qui produisent des biodéchets pour mettre en place une collecte spécifique	1 <sup>er</sup> T 2021	
trouver des actions de prévention adaptées à chaque entreprise	au fil du temps et des opportunités	
valoriser ces actions aux clients et partenaires de l'entreprise + grand public	suivant les actions mises en place	

#### budgetisation de l'action

Poste	Montant
communication pour valorisation	inclus dans le coût de la communication intercommunale ou gratuit via site internet et presse locale

temps consacré à l'action

+	++	+++
		X

partenaires et relais mobilisés

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
Entreprises assujetties à la RS	X		X		

modes de communication

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque entreprise concernée

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- lien entre les entreprises assujetties à la RS et les entreprises qui valorisent les déchets

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- interne chaque entreprise
- communication au grand public via les moyens de communication classiques (site internet, presse locale, bulletins des collectivités)

[récapitulatif](#)

TEMPS PASSE	+++
ASPECT FINANCIER	-
DECHETS EVITES	++

## AXE 1 : action 2

### Evitement de la production de déchets verts par le broyage et le compostage

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Régulièrement depuis une quinzaine d'années, la CCSA lance des opérations de compostage individuel et/ou collectif. Ces opérations étaient subventionnées par l'ADEME et le Département du Tarn jusqu'en 2014, ce qui permettait à la CCSA de réduire considérablement la part investie.

Aujourd'hui, seulement les composteurs collectifs sont subventionnés. Il reste en stock une cinquantaine de composteurs individuels en plastique de l'opération 2014 sur les 350 composteurs commandés.

Tout au long de l'année, il y a de la demande de la part des usagers. Certaines écoles, centres de loisirs, crèches sont aussi équipés. Les composteurs bois ont plus de succès que les composteurs en plastique.

Entre l'augmentation des déchets verts portés en déchèterie et la réglementation qui obligera les collectivités à proposer à chaque usager un traitement de ses biodéchets d'ici 2025, le développement du compostage semble incontournable.

Afin d'avoir plus de poids sur l'évitement des tonnages de déchets verts en déchèterie, il faut que le compostage soit accompagné du broyage des déchets verts plus volumineux.

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

- ✓ **Objectifs généraux et stratégiques**
- réduire les tonnages de déchets verts portés en déchèterie
- permettre aux usagers de valoriser leurs biodéchets *in situ*
- diminuer les coûts de collecte et de traitement des biodéchets

✓ **Objectifs de réalisation**

- proposer un service de broyage aux particuliers, aux communes et aux entreprises d'espaces verts
- permettre aux usagers de s'équiper d'un composteur à un tarif avantageux
- développer la mise en place de site de compostage collectif (maisons de retraite, écoles, petits collectifs...)

✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

- broyage : 750 tonnes de déchets verts détournées en 5 ans
- compostage individuel et collectif : 420 tonnes détournées en 5 ans

PUBLIC CIBLE

- les usagers ayant la possibilité de mettre un composteur chez eux
- les usagers produisant des quantités importantes de déchets verts
- les professionnels en espaces verts
- les services entretiens des espaces verts communaux

INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Faire un sondage en déchèterie pour estimer le nombre de personnes :

- qu'il reste à équiper en composteur
- qui serait intéressé par un service de broyage des déchets verts et pour combien de kg / an

Avoir contacté toutes les entreprises & les communes



contact		date	résultat de l'entretien		
pro	commune		compostage	broyage	observation

2/ Installer 1 composteur collectif dans des quartiers résidentiels ou petits collectifs

>Indicateurs de réalisation

Nombre de foyers / quartiers équipés d'un composteur

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

Nombre de foyers / entreprises / communes utilisant le service de broyage des déchets verts

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Récapitulatif des foyers équipés d'un composteur

nom	adresse	nbre de personnes au foyer	équipé depuis	estimation des déchets évités	non équipé, pourquoi ?

### Récapitulatif des quartiers / petits collectifs équipés d'un composteur

adresse	nom des utilisateurs	nbre de personnes au foyer	équipé depuis	estimation des déchets évités	non équipé, pourquoi ?

### Récapitulatif des foyers / entreprises / communes utilisant le service de broyage

nom	adresse	estimation des déchets évités	n'utilise pas, pourquoi ?

#### >Indicateurs de quantités évitées

- suivi des quantités de déchets broyés
- évaluation des quantités évitées par rapport au nombre de composteurs vendus

## ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
faire un sondage en déchèterie sur l'intérêt du compostage et du broyage	Fait au 3° T 2020	
définir les modalités de mise à disposition des composteurs et du service de broyage	1° T 2021	après les sondages en déchèterie
chercher des partenaires financiers	Fait en 2020	convention Trifyl : 20€ / tonne broyée sur présentation de justificatif
achat de composteurs	chaque année :1000 sur 5 ans 100 en 2020 300 en 2021 et 2022 200 en 2023 100 en 2024	suivant la communication prévue
communiquer aux usagers sur la mise en place du service de broyage et les composteurs	1° T 2020	
installer 1 composteur collectif / an	dans l'année	
rencontre des usagers pour explications des nouvelles contraintes de collecte (couplé le tri à la source des biodéchets et les consignes de tri)	2021 / 2022	avec l'aide d'un stagiaire (Fonlabour)
valorisation des résultats auprès du grand public	chaque année	

## BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
coût de la prestation de broyage	Coût du prestataire (40€ / tonne environ) – aides Trifyl (20€ / tonne maxi 93 tonnes) 108 840€ sur 5 ans
achat des composteurs	Coût du composteur – participation de l'utilisateur 20000€ / an sur 5 ans = 100 000€
consignes pour composteurs collectifs	500€
communication sur le service broyage	inclus dans la communication
communication sur les nouvelles contraintes de collecte	inclus dans la communication
guide du compostage	inclus dans la communication
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale

TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
		X

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
entreprise de broyage		X	X	X	
Trifyl	X				
autres partenaires	X				

### MODES DE COMMUNICATION

#### ✓ **Mobilisation des partenaires**

- création d'un groupe de travail pour définition de la mise en place du service broyage et de l'opération compostage

#### ✓ **Pour la mise en place de l'action**

- lien entre l'entreprise de broyage et les usagers du service
- lien avec les partenaires financiers
- communication auprès des usagers pour le compostage

#### ✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+++
ASPECT FINANCIER	+++
DECHETS EVITES	+++

AXE 2 : action 3

# Lutte contre le gaspillage alimentaire

## DESCRIPTIF DE L'ACTION

Le gaspillage alimentaire représente une part non négligeable de nos déchets. Sans compter l'aspect économique et social qui se retrouve aussi dans cette problématique.

Afin de lutter contre le gaspillage alimentaire dans la restauration, certaines collectivités ont travaillé en partenariat avec des restaurateurs pour mettre en place le *Gourmet Bag* qui permet aux clients de récupérer la nourriture non consommée.

Cela peut être l'occasion de sensibiliser le personnel des restaurants à la prévention des déchets dans le cadre de la préparation des repas ; ainsi qu'au tri.

Pour accentuer le message, il faut coupler cette action à une communication sur le gaspillage alimentaire auprès du grand public qui peut se présenter sous plusieurs formes :

- Lettre de l'Environnement sur le gaspillage alimentaire
- panneaux sur les BOM sur le gaspillage alimentaire



- rencontre avec les usagers dans un supermarché (avec accord au préalable)

Des programmes d'animation peuvent aussi être mis en place dans les écoles pour réduire le gaspillage alimentaire en amont et en aval des repas.

### OBJECTIFS DE L'ACTION

✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- lutter contre le gaspillage alimentaire
- limiter les déchets résiduels

✓ **Objectifs de réalisation**

- mettre en place le *Gourmet Bag* chez tous les restaurateurs du territoire
- sensibiliser le personnel des restaurants au tri et à la prévention dans le cadre de leur travail
- sensibiliser le grand public et les établissements scolaires au gaspillage alimentaire

✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

- *Gourmet Bag* : 8.5 tonnes (100g par repas) par an
- sensibilisation prépa repas : 0.5 tonne par an
- sensibilisation au tri : 1 tonne par an
- sensibilisation scolaire : 5 tonnes (0.5 tonne / an / établissement)
- total : 15 tonnes détournées sur 5 ans

### PUBLIC CIBLE

- les restaurants et les écoles du territoire
- les usagers du service

### INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Travailler avec les restaurants et les écoles du territoire

Avoir contacté tous les restaurants et écoles du territoire



nom du restaurant	contactée le	Intéressé par le <i>Gourmet Bag</i>		
		oui / non	pourquoi ?	observations

2/ Communication : faire une Lettre de l'Environnement et un affichage sur les BOM sur ce thème

>Indicateurs de réalisation

Nombre de restaurants qui ont mis en place le *Gourmet Bag*

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

Nombre de restaurants qui respecte les consignes de tri

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateur d'impact**

>Indicateurs de participation

Nombre de Lettre de l'environnement distribuée

commune	nombre de BAL

### BOM habillée

BOM	message	durée de l'affichage

### Rencontre des usagers dans une grande surface

date	nombre de personnes touchées	thèmes abordés

### Mises en place réalisées avec chaque restaurant

nom du restaurant	<i>Gourmet Bag</i>	communication	retours clients

### Soutien et animation réalisés avec chaque école

école	Travail en amont des repas	Travail en aval des repas

#### >Indicateurs de quantités évitées

déchets produits avant la mise en place du *Gourmet Bag* et de la sensibilisation – déchets produits après la mise en place du *Gourmet Bag* et de la sensibilisation

### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux restaurants les missions de la CCSA et les enjeux de la réduction des déchets	2023	
trouver un système de <i>Gourmet Bag</i> pratique pour le restaurateur et l'utilisateur	2023	
sensibiliser les employés des restaurants au tri et au gaspillage alimentaire	2023	
proposer un soutien et développer des animations au niveau scolaire	2023	

éditer une Lettre de l'Environnement sur le gaspillage alimentaire	2023	
habillage BOM	2023	
rencontrer les usagers dans une grande surface	2023	
analyser les retours des clients	2023	
valoriser les résultats au grand public	2023	

BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
<i>Gourmet Bag</i> + outils de communication pour la mise en place	3000€
communication sur le gaspillage alimentaire	inclus dans la communication
habillage BOM	2000€
sac tissu réutilisable à donner aux personnes rencontrées dans la grande surface	500€
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale ou fait par l'entreprise

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
		X

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
restaurants	X		X	X	coût et type de Gourmet Bag
écoles			X	X	

### MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque restaurant
- rencontre de chaque école
- groupe de travail pour choix des messages à faire passer

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication auprès des usagers

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	++

AXE 2 : action 4

incitation et aide à la mise en place du tri dans les entreprises

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Le tri au travail est moins automatique que le tri à la maison. Pourtant, chaque employé génère aussi des déchets recyclables (beaucoup de papier, quelques bouteilles et canettes, du verre) et des déchets dangereux (des piles, des cartouches d'imprimantes, des ampoules...)

L'objectif de cette action est de permettre la mise en place du tri dans les entreprises du territoire par :

- une sensibilisation des employés
- une sensibilisation des personnes en charge du nettoyage des locaux
- la mise à disposition de contenants adaptés dans les locaux

Cette action vise les déchets ménagers assimilés, et exclut donc tous les déchets liés à l'activité professionnelle de l'entreprise.

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

##### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- limiter les déchets résiduels des entreprises

##### ✓ **Objectifs de réalisation**

- mise à disposition de contenants adéquats auprès des entreprises
- communication sur les consignes de tri auprès des entreprises
- communication sur l'extension des consignes de tri auprès des entreprises en temps voulu

##### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- gisement potentiel de 60 tonnes aujourd'hui
- gisement potentiel de 150 tonnes suite à l'extension des consignes de tri
- 50% des tonnages détournés = 105 tonnes détournées sur 5 ans

#### PUBLIC CIBLE

- les entreprises du territoire

#### INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

Avoir contacté toutes les entreprises ayant un local sur le territoire et expliqué les consignes de tri

nom de l'entreprise	commune	contactée le	tri des OMA / tri sélectif / verre	difficultés rencontrées	solutions	observation

>Indicateurs de réalisation

Nombre d'entreprises impliquées dans le tri de ses déchets non professionnels

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Mises en place réalisées avec chaque entreprise

nom de l'entreprise	mise en place effectuée

>Indicateurs de quantités évitées

Estimation des déchets non recyclés, notamment le papier

[ETAPES CLES DE L'ACTION](#)



Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux entreprises les missions de la CCSA et les enjeux de la réduction des déchets	2022	à faire avant l'extension des consignes de tri
intervention au Club d'Entreprises de Sor et Agout	2022	
intervention auprès des usagers de la Cellule lors des ateliers	2022	
intervention lors des Automnales	Fait en 2020	A refaire si la thématique s'y prête
mettre à disposition des entreprises les contenants adéquats	2022	Déjà en place pour une grosse majorité des entreprises, à affiner
sensibiliser les employés et agents d'entretien au tri	2022	
sensibiliser les employés et agents d'entretien à l'extension des consignes de tri	2022	
valoriser les résultats au grand public et au sein de l'entreprise	2023	

#### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
outils de communication pour les entreprises	0€ (déjà prêt)
signalétique sur le tri au travail suite à l'extension des consignes de tri	1000€
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale ou fait par l'entreprise

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
entreprises			X		

### MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque entreprise

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication sur les consignes de tri des déchets recyclables
- communication sur l'extension des consignes de tri
- utilisation de l'application « *Entreprendre à Sor et Agout* »

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet
- au sein de chaque entreprise

#### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	++

### AXE 2 : action 5

mise en place de dispositif de récupération des déchets dangereux : piles, ampoules, cartouches imprimantes

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Afin d'éviter de retrouver des déchets dangereux dans les poubelles, on peut faciliter le tri de ces déchets en mettant à disposition des usagers plus de points de collecte, plus proches de chez eux ; et en communiquant sur la dangerosité de ces produits et les alternatives possibles.

La communication doit aussi porter sur l'importance de la durabilité de ses produits :

- piles rechargeables
- ampoules LED
- cartouches d'imprimante rechargeables

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

##### ✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- limiter les déchets dangereux dans les poubelles de déchets ménagers et assimilés pour limiter la pollution due à l'enfouissement de ces déchets

##### ✓ **Objectifs de réalisation**

- élargir le réseau de points de collecte
- communiquer sur la dangerosité et la durabilité de ces déchets et les alternatives

##### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

L'intérêt de l'évitement de ces déchets est plus lié à leur dangerosité qu'à leur poids.

- gisement estimé à 0.31 kg/ an / habitant soit 4.75 tonnes annuelles
- tonnages détournés = 2.5 tonnes sur 5 ans

#### PUBLIC CIBLE

- les usagers du territoire

#### INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

Au moins un point relais par communes qui regroupent les 3 types de déchets

nom de la commune	contactée le	Point(s) de collecte existant	difficultés rencontrées	solutions	observation

>Indicateurs de réalisation

Nombre de communes répondant à cette exigence

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

Sensibiliser les usagers via la Lettre de l'Environnement et les déchèteries

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Lettre Env distribuées							
Personnes touchées en déchèterie							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Mises en place réalisées avec chaque commune

nom de la commune	mise en place effectuée

Sensibilisation réalisée avec la déchèterie

Déchèterie	date

>Indicateurs de quantités évitées

Suivi du remplissage des points de collecte

ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
recenser les points de collecte dans les communes	2025	
trouver un partenariat avec une entreprise de collecte de ces déchets dangereux	2025	
sensibiliser les usagers (particuliers et professionnels) au tri de ces déchets dangereux	2025	
valoriser les résultats au grand public et au sein de l'entreprise	2025	

### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
outils de communication pour les usagers	inclus dans la communication
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale ou fait par l'entreprise

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
X		

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
entreprises de collecte		X	X	X	
communes					emplacement pour point de collecte et diffusion information

### MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque commune et contact des entreprises de collecte

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication sur l'emplacement des nouveaux points de collecte

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	+ (en fonction des points de collecte déjà en place)

AXE 2 : action 6

optimisation de la collecte du verre

DESCRIPTIF DE L'ACTION

D'après le suivi des performances des collectivités adhérentes à Trifyl et les moyennes nationales, il s'avère que les performances de collecte du verre de la CCSA sont basses.



Deux types d'actions peuvent être menées afin de les améliorer:

- développer la communication sur le tri du verre
- revoir la répartition des récup' verre en fonction du remplissage et de leur densité par rapport aux nombre d'habitants

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

##### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- collecter plus de verre dans les récup' verre afin de le valoriser
- sortir le verre des conteneurs OM et TRI et de la benne à tout venant

##### ✓ **Objectifs de réalisation**

- améliorer le réseau de récup' verre
- communiquer sur les enjeux environnementaux et financiers du recyclage du verre
- communiquer sur l'évolution des performances afin d'encourager les usagers

##### ✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

- 81.5 tonnes sur 5 ans

#### PUBLIC CIBLE

- le grand public

#### INDICATEURS

##### ✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Etude des quantités collectées et de la répartition des récup' verre

2/ Communication spécifique sur le verre via les boîtes aux lettres

3/ Organisation d'un concours inter-commune

>Indicateurs de réalisation

1/ Diffusion de supports de communication

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

2/ Revoir la répartition des récup verre sur l'ensemble du territoire

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

3/ Organiser le nettoyage et la remise à jour de la signalétique sur tous les récup' verre

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

1/ Régularité de la communication faite sur le verre

2/ Nombre de colonne à verre rajoutée ou déplacée pour faciliter le geste de tri

### 3/ Nombre de communes participant au concours

#### >Indicateurs de quantités évitées

Evolution des quantités collectées dans les récup verre : tonnages annuels et kg / an / habitant

#### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
comparaison 2018 / 2019 et communication aux usagers	Fait en 2019 et en 2020	Flyer spécial verre et Lettre de l'Environnement #3
nettoyer les récup' verre et rajouter la signalétique manquante	2° T 2021	
améliorer la dotation en récup' verre	2021	Récup verre achetés en 2020
valoriser les résultats au grand public	chaque année Fait en 2020 dans la Lettre de l'Environnement #3	

#### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
signalétique récup' verre	0€ (déjà faite et comprise dans l'achat des récup' verre)
communication sur les performances	inclus dans la communication
communication sur les consignes de tri et l'emplacement des bornes tous les ans	inclus dans la communication
achat de récup' verre	30000€ en 2020 7700€ / an en suivant = 60 800€ sur 5 ans
valorisation des résultats	inclus dans la communication

#### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
Trifyl	X	X	X		

MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- groupe de travail par commune pour l'amélioration de la dotation en récup'verre

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication via les boîtes aux lettres sur l'évolution des performances, les consignes de tri du verre et l'emplacement des récup'verre

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale

- site internet

#### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+++
DECHETS EVITES	++

### AXE 2 : action 7

incitation et aide à l'obtention du label éco-écoles

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Pour inciter les écoles à trier les déchets générés sur place, ou à s'engager dans le développement durable sur différents thèmes, l'organisme Eco-école propose une méthodologie allant jusqu'à l'obtention d'un label qui permet de récompenser les établissements scolaires exemplaires. Certaines écoles du territoire ont déjà fait cette démarche.

Afin de généraliser ces bonnes pratiques, la CCSA peut intervenir pour informer les écoles de ce dispositif et les aider à le mettre en place dans leurs locaux. La CCSA ne peut concourir au nom des différents établissements scolaires mais peut être un relai local et un point d'appui pour avancer dans cette démarche.

Cet engagement peut aussi être un lien et un objectif à atteindre suite aux animations réalisées auprès des élèves par la CCSA.

### OBJECTIFS DE L'ACTION

#### ✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- limiter les déchets résiduels produits par les écoles

#### ✓ **Objectifs de réalisation**

- impliquer et/ou labelliser toutes les écoles du territoire
- entraîner les écoles dans une démarche de développement durable pouvant inclure différents thèmes (alimentation, biodiversité, eau, énergie, santé...)

#### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- non évaluable : valoriser le plus possible de déchets générés par les élèves et lutter contre le gaspillage alimentaire.

### PUBLIC CIBLE

- les écoles du territoire (publiques et privées)

### INDICATEURS

#### ✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

Avoir contacté toutes les écoles du territoire

école de	contactée le	tri des déchets en place	présentation du label	intérêt pour le label	observation

>Indicateurs de réalisation

Nombre d'écoles impliquées pour l'obtention du label

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Mises en place réalisées avec chaque entreprise

école de	obtention du label	type de déchets triés

>Indicateurs de quantités évitées

Suivi des déchets évités par la mise en place du label

### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux écoles les missions de la CCSA, les enjeux de la réduction des déchets et le label éco-école	chaque année en fin d'année scolaire pour l'année suivante + relance la rentrée	à inscrire dans le catalogue des animations
contact avec les écoles l'ayant déjà obtenu	en fonction des écoles intéressées	
aide des écoles intéressées	en fonction des écoles intéressées	
valoriser les résultats au grand public et au sein de l'école	en fonction des écoles intéressées	

### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
signalétique sur le tri des flux par rapport au label	1000€
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale ou fait par l'entreprise

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :



écoles			X		et programme scolaire
éco-école		X			
réseaux de collecte des différents déchets triés		X	X	X	

#### MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque école

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication sur les consignes de tri des différents flux de déchets triés

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet
- au sein de chaque école

#### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	+

## AXE 2 : action 8

stop-pub

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les publicités remplissent quotidiennement nos boîtes aux lettres, générant jusqu'à 40kg de déchets / an / habitant sur certains secteurs.

Un geste simple et efficace pour tous ceux qui ne sont pas intéressés par la publicité, est de mettre un autocollant Stop-pub sur sa boîte aux lettres.

Afin d'améliorer l'efficacité de cette action, il faut informer les distributeurs de publicité de cette mise en place afin qu'ils réduisent les quantités produites.

En complément de cette action, il faut rappeler aux usagers que le papier se recycle, et que s'ils tiennent à recevoir de la publicité il faut impérativement la jeter dans le bac tri, ainsi que tous les autres papiers. Le dernier MODECOM de l'ADEME a montré que l'on trouve encore l'équivalent de 21 kg/an/habitant dans les ordures ménagères.

De plus, rencontrer les usagers pour leur donner un stop pub peut-être un moyen de les sensibiliser sur toutes les autres problématiques liées au tri et à la prévention des déchets.

### OBJECTIFS DE L'ACTION

#### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- limiter le gaspillage de papier
- rencontrer les usagers pour sensibilisation à la prévention via la distribution du stop pub

#### ✓ **Objectifs de réalisation**

- promotion du stop pub
- communication sur le tri du papier

#### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- gisement évalué à 30 kg / an / habitant
- 45 tonnes supprimées avec 30% des boîtes aux lettres étiquetées en plus

### PUBLIC CIBLE

- le grand public

### INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

> Indicateurs de moyens

Faire une communication dédiée au stop pub et au recyclage du papier, proposant aux usagers le stop pub

> Indicateurs de réalisation

Diffusion de cette communication dans toutes les boîtes aux lettres des usagers

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

> Indicateurs de participation

Retour des usagers souhaitant un stop pub

nom	adresse	stop-pub distribué le	impact

> Indicateurs de quantités évitées

Nombre de stop pub distribués x 21 kg / an / habitant x 3 (composition moyenne d'un foyer)

ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
informer Trifyl d'une opération stop pub pour disponibilité des autocollants	2024	
élaborer une communication sur le papier et proposant le stop pub sur simple demande	2024	Lettre de l'Environnement

distribution de cette communication	2024	
recensement des demandes	2024	
distribution du stop pub et rencontre avec les usagers	2024	
valoriser les résultats au grand public	2024	

BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
communication sur le stop pub et le tri du papier	inclus dans la communication
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale ou fait par l'entreprise

TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
Trifyl				X	programme scolaire
distributeurs de publicité		X			

MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- Information des distributeurs de publicité de la mise en place de l'action

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- Information des distributeurs de publicité des résultats de l'action

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	++

AXE 2 : action 9

sensibilisation des publics

DESCRIPTIF DE L'ACTION

Une sensibilisation des différents publics est déjà faite depuis plusieurs années sur le territoire.

❖ La CCSA et TRIFYL réalisent des animations auprès des établissements scolaires, des centres de loisirs, des maisons de retraite, du CAT du territoire, à la demande de chaque établissement.

Les animations déjà effectuées :

- les consignes de tri
- le gaspillage alimentaire
- le compostage
- le verre
- la biodégradabilité des déchets
- activités manuelles avec objets de récupération

Ces animations peuvent être couplées à une visite de site : centre de tri, bioréacteur, verrerie ; ou à la venue du camion poubelle à l'école. Ces animations et visites sont gratuites pour les écoles.

❖ Des chantiers jeunes ont déjà été mis en place pour la collecte du textile en porte à porte sur plusieurs communes et pour l'entretien des récup verre.

❖ Le grand public est sensibilisé via la communication distribuée dans les boîtes aux lettres (guide du tri, calendrier de collecte, Lettre de l'Environnement...) ou des courriers personnalisés suite à des erreurs de tri.

Cette action vise à pérenniser et améliorer ce qui est déjà en place :

- proposer d'autres animations et toucher plus de scolaires
- développer des chantiers jeunes plus régulièrement
- développer les outils de communication et rencontrer les usagers

❖ Les consignes de tri et de collecte étant très différente d'un endroit à l'autre de la France, il est important d'informer les touristes qui vont résider sur notre territoire via les offices de tourisme.

❖ Les entreprises et les administrations ont aussi un rôle à jouer dans la prévention des déchets.

#### [OBJECTIFS DE L'ACTION](#)

✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- approfondir la sensibilisation de tous les types de public sur la prévention et le tri des déchets
- développer un plus grand nombre d'animations et élargir les thèmes

✓ **Objectifs de réalisation**

- interventions régulières dans toutes les écoles du territoire, les maisons de retraites, le CAT, les entreprises
- relancer le partenariat avec les centres de loisirs pour les chantiers jeunes
- toucher le grand public via les boîtes aux lettres (communication élargie ou spécifique) mais aussi les rencontrer

✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

non quantifiable

PUBLIC CIBLE

- établissements scolaires publiques et privées + périscolaire + centres de loisirs
- maisons de retraite, CAT
- usagers du service (particuliers)
- touristes
- entreprises et administrations

INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens pour établissement scolaires & autres et chantiers jeunes

Avoir contacté tous les établissements scolaires & autres + directeur enfance jeunesse et proposé des animations adaptées

CONTACT		INTERVENTIONS A PROGRAMMER	
nom de l'établissement	contacté le	oui / non	interventions déjà réalisées, quand



--	--	--	--

>Indicateurs de moyens *pour communication et rencontre avec les usagers*

Identifier 5 points noirs par an en collecte PR

IDENTIFICATION DU POINT NOIR EN PR		
quartier	date	pb rencontré

Identifier 20 points noirs par an en collecte PAP

IDENTIFICATION DU POINT NOIR EN PAP		
adresse	date	pb rencontré

>Indicateurs de moyens *pour la communication envers les touristes*

Avoir contacté toutes les offices de tourisme prestataires d'hébergement et distribué des kits de communication

CONTACT		KIT DISTRIBUE	
nom de l'établissement	contacté le	Oui / non	date

>Indicateurs de réalisation

Nombre d'établissements ou d'utilisateurs rencontrés (*en précisant scolaires / maisons de retraite / CAT / chantiers jeunes / utilisateurs / bureaux de tourisme / gîtes / hôtels / entreprises / administrations...*)

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation pour établissements scolaires & autres et chantiers jeunes

Interventions réalisées dans chaque établissement

nom de l'établissement	INTERVENTIONS PROGRAMMEES		
	thème	âge public	date

>Indicateurs de participation pour rencontre avec les utilisateurs

Rencontre réalisée avec les utilisateurs des quartiers identifiés collectés en PR

CONTACT		RESULTAT DE LA RENCONTRE			SUIVI ET AMELIORATION	
quartier	rencontré le	Pb constaté	nombre de personnes vues / nombre de	thèmes abordés	date	commentaire

			personnes totales			

Rencontre réalisée avec les usagers collectés en PAP

CONTACT		RESULTAT DE LA RENCONTRE		SUIVI ET AMELIORATION	
adresse	rencontré le	pb constaté	thèmes abordés	date	commentaire

>Indicateurs de participation pour la communication envers les touristes

Informations fournies aux touristes par les offices

INFORMATIONS SUR LE TOURISTE			TYPE D'INFORMATION		
provenance	âge	situation familiale	date	thème	intérêt

>Indicateurs de quantités évitées

non quantifiable

### ETAPES CLES DE L'ACTION

*pour établissement scolaires & autres*

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
réaliser un catalogue des animations	Fait en 2020	
contacter les établissements	Chaque année en mai / juin	
intervenir à la demande	À la demande	
organiser les visites de site à la demande	À la demande	
valoriser ces actions à l'ensemble des collectivités participantes et au grand public	En fonction des interventions réalisées	Site internet, facebook, Lettre de l'Environnement

	Fait en 2020 dans la Lettre de l'Environnement #4	
--	---	--

*pour chantiers jeunes*

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
contacter le directeur enfance jeunesse et les directeurs de CLSH		
organiser le chantier jeune		
faire un bilan du chantier jeune		
valoriser ces actions auprès grand public		

*pour rencontre avec les usagers*

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
identification de points noirs de collecte PR et PAP		
courriers		
rencontre		
suivi des améliorations		
valoriser ces actions auprès grand public		

### BUDGETISATION DE L'ACTION

*pour établissement scolaires & autres*

Poste	Montant
catalogue des animations	100€ chez un imprimeur ou impression en régie
matériel pédagogique	100€ / an maximum et prêt des outils pédagogique par Trifyl

transport pour visite de site	500€
communication pour valorisation	inclus dans le coût de la communication intercommunale ou gratuit via site internet et presse locale

*pour chantiers jeunes*

Poste	Montant
communication pour valorisation	inclus dans le coût de la communication intercommunale ou gratuit via site internet et presse locale

*pour rencontre avec les usagers*

Poste	Montant
supports de communication	0€ (utilisation des supports déjà réalisées)
communication pour valorisation	inclus dans le coût de la communication intercommunale ou gratuit via site internet et presse locale

TEMPS CONSACRE A L'ACTION

*pour établissements scolaires & autres*

+	++	+++
	X	

*pour chantiers jeunes*

+	++	+++
X		

*pour rencontre avec les usagers*

+	++	+++
	X	

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

*pour établissements scolaires & autres*

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
établissements scolaires et autres			X		
Trifyl	X		X	X	
VOA			X		

*pour chantiers jeunes*

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
centres de loisirs			X		

*pour rencontre avec les usagers*

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
Trifyl			X		

### MODES DE COMMUNICATION

#### ✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque établissement pour diffusion catalogue
- rencontre du responsable enfance jeunesse et directeurs CLSH
- contact avec le service communication de Trifyl

#### ✓ **Pour la mise en place de l'action**

- relation avec les établissements
- liens entre les établissements et les sites de visite et les partenaires

#### ✓ **Pour la valorisation des résultats**

- site internet
- presse locale
- bulletins des collectivités

### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	impossible à évaluer

## AXE 2 : action10

### soutien aux manifestations écoresponsables

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les communes et leurs associations organisent des manifestations en tout genre. Ces manifestations génèrent des déchets qu'il est parfois difficile de trier. La CCSA intervient afin de faciliter le geste de tri en expliquant les consignes de tri et en mettant à disposition les contenants adéquats.



Afin d'aider les organisateurs de ce type de manifestation et d'aller plus loin dans l'évitement des déchets, la CCSA peut participer de plusieurs manières : communication, mise à disposition des contenants adéquats, évitement de la vaisselle jetable, partenariat avec associations caritatives évacuation des déchets restants...

### OBJECTIFS DE L'ACTION

#### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- limiter les déchets résiduels lors des manifestations
- faciliter le geste de tri lors des manifestations

#### ✓ **Objectifs de réalisation**

- rencontre des organisateurs de manifestations
- prêt de gobelets réutilisables, communication sur l'apport de ses propres couverts
- mise à disposition de contenants adéquats

#### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- vaisselle réutilisable : 1.5 tonne sur 5 ans
- vide-grenier : 3 tonnes sur 5 ans

### PUBLIC CIBLE

- les communes
- les associations
- les usagers du territoire

### INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activités**

>Indicateurs de moyens

Avoir contacté toutes les associations qui organisent des manifestations et proposé des solutions pour limiter les déchets

nom de l'asso	commune	contactée le	type de manifestation et dates	déchets générés	observation

>Indicateurs de réalisation

Nombre de communes ou associations impliquées dans la demande de vaisselle réutilisable, contenant adéquats, de communication auprès des organisateurs et du public

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Mises en place réalisées avec chaque commune ou association

nom de la commune ou de l'association	mise en place effectuée

>Indicateurs de quantités évitées

Estimation des déchets évités par :

- mise à disposition de contenants adéquats et sensibilisation des organisateurs
- vaisselle réutilisable (gobelets et couverts)

### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux communes et aux associations les missions de la CCSA et les enjeux de la réduction des déchets	2021	Commencé en 2020 avec 2 communes (Verdalle et Lescout)
s'équiper de gobelets réutilisables, définir les modalités de prêt ou de soutien aux associations	2023	
travailler en partenariat avec les communes et les associations	chaque année sur la période des manifestations	
développer des outils de communication pour ces manifestations	Fait en 2017 et 2020	Livret pour associations et kakémono espace gratuité
développer un partenariat avec les associations caritatives et recyclerie	2021	
communiquer aux usagers sur les sites de vente d'occasion, les réparateurs, les associations caritatives	chaque année	Fait en 2020 dans la Lettre de l'Environnement #4

### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
achat ou location + lavage gobelets réutilisables	achat (personnalisé) : 3000€ pour 5000 gobelets location : 1036€ pour 5000 gobelets lavage : 0.10€ par gobelets lavés

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

## PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
communes et associations	X		X		pour information et diffusion
associations caritatives			X		
recyclerie		X	X		
réparateurs		X	X		
Trifyl				X	

## MODES DE COMMUNICATION

### ✓ **Mobilisation des partenaires**

- création d'un groupe de travail pour définir les modalités d'achat ou location de vaisselle réutilisable / si achat, trouver le marquage du verre
- rencontre de chaque association

### ✓ **Pour la mise en place de l'action**

- aide à la commune lors de l'organisation de l'évènement (communication, mise en place de contenants adéquats, organisation de l'espace gratuit, tri et enlèvement des déchets, don à des associations caritatives)

### ✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux

- presse locale
- site internet

#### RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	++

### AXE 3 : action 11

développer la collecte du textile

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Plusieurs bornes Relais sont déjà installées sur notre territoire. La CCSA répond aux critères d'Eco TLC pour bénéficier de subvention (1 PAV pour 2000 habitants) mais on constate :

- qu'il y a encore beaucoup de textile dans les poubelles

- que les textiles sont régulièrement déposés par terre au pied des bornes

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

##### ✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- augmenter les ratios de collecte par an et par habitant
- améliorer la propreté des points de collecte

##### ✓ **Objectifs de réalisation**

- installer 1 récup habits pour 1000 habitants dans chaque commune
- communiquer sur le type de textile récupéré par Le Relais auprès des usagers et sur la propreté des points de collecte
- organiser chaque année une collecte ponctuelle dans 2 / 3 écoles du territoire (couvrir les 13 écoles sur la durée du PLPDMA) et / ou des opérations de collecte ponctuelles

##### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- 1 kg / an / habitant soit 15 tonnes sur 5 ans

#### PUBLIC CIBLE

- les usagers du service
- les communes

#### INDICATEURS

##### ✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Avoir contacté toutes les communes

nom de la commune	contactée le	nombre d'habitants	bornes existantes	bornes à mettre en place pour 1/1000

2/ Contacté 2 ou 3 écoles par an pour mise en place d'une collecte ponctuelle

école de	contactée le	mise en place d'une collecte ponctuelle	date	observations

>Indicateurs de réalisation

nombre de communes impliquées

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

nombre d'écoles impliquées

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

1/ Mises en place réalisées avec chaque commune

nom de la commune	Borne supplémentaire et / ou communication	évolution de la collecte

## 2/ Collectes ponctuelles réalisées avec chaque école

école de	collecte ponctuelle	tonnages collectés

### >Indicateurs de quantités évitées

Evolution des quantités ramassées par Le Relais

### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
rencontrer le Relais pour faire un point sur notre territoire et définir des axes de développement de la collecte du textile	Fait en 2020	
présenter aux communes nos performances sur la collecte du textile	2021	Commencé en 2020 à Verdalle et Lescout
trouver des emplacements adéquats pour la mise en place de nouvelles bornes	Au fur et à mesure des rencontres avec les communes	
organiser une collecte ponctuelle par an via les écoles	chaque année	
communiquer aux usagers sur les textiles collectés et l'emplacement des bornes	2 <sup>ème</sup> T 2020	Lettre de l'Environnement #3



étudier l'évolution des tonnages collectés	chaque fin d'année	
valoriser ces actions au grand public	en fonction des docs de communication	

### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
communication sur les consignes et plan des bornes tous les 2 ans	inclus dans la communication
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
X		

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
communes					pour information et validation
le Relais			X	X	

### MODES DE COMMUNICATION

- ✓ **Mobilisation des partenaires**
- rencontre avec le Relais pour point sur la collecte et définition des objectifs

- rencontre de chaque commune
- rencontre des écoles au fur et à mesure de l'avancée du PLPDMA

✓ ***Pour la mise en place de l'action***

- information au Relais
- communication aux usagers
- communication aux parents d'élèves

✓ ***Pour la valorisation des résultats***

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	+

## AXE 3 : action 12

### Alternative à la déchèterie

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les vide-greniers, les ventes d'occasion se développent aujourd'hui partout. Ils sont à la fois le moyen d'acquérir des objets à bas prix mais aussi une action de prévention des déchets très efficace. De plus, ces manifestations renforcent le lien social.

Afin d'aider les organisateurs de ce type de manifestation et d'aller plus loin dans l'évitement des déchets, la CCSA peut participer de plusieurs manières : communication, soutien à l'organisation d'espaces gratuité dans les vide greniers, à l'organisation de trocs, partenariat avec associations caritatives, évacuation des déchets restants...

Les ressourceries et les réparateurs sont aussi des exutoires alternatifs pour redonner vie à nos déchets.

### OBJECTIFS DE L'ACTION

#### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- éviter que les usagers se débarrassent d'objets encore utilisables ou réparables en les jetant

#### ✓ **Objectifs de réalisation**

- rencontre des organisateurs de manifestations
- mise en place d'un espace gratuité dans chaque vide grenier
- récupération des invendus pour don à des associations caritatives
- encourager l'organisation de trocs, de dons

#### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- 22 tonnes / an (selon étude Trifyl 2019)

### PUBLIC CIBLE

- les communes
- les associations
- les usagers du territoire

### INDICATEURS

#### ✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Avoir contacté toutes les associations qui organisent des vide-greniers et proposé des solutions pour limiter les déchets

nom de l'asso	commune	contactée le	date des vide greniers	espace gratuit	organisation de trocs	observation

2/ Avoir contacté les ressourceries, les réparateurs, les associations caritatives

nom de l'asso	commune	contactée le	échange			

>Indicateurs de réalisation

1/ Nombre de communes ou associations impliquées dans l'organisation de trocs, les espaces gratuité

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

2/ Avoir fait des permanences dans les déchèteries pour sensibiliser les

usagers

déchèteries	permanence le	échange

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Mises en place réalisées avec chaque commune ou association

nom de la commune ou de l'association	mise en place effectuée

>Indicateurs de quantités évitées

Estimation des déchets évités par :

- espace don vide grenier
- tri des déchets après le vide grenier
- troc,
- réemploi, réparation

ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter aux communes et aux associations les missions de la CCSA et les enjeux de la réduction des déchets	1 <sup>er</sup> et 2 <sup>ème</sup> T 2020	
développer un partenariat avec les associations caritatives et ressourceries	au fil du temps	
communiquer aux usagers sur les sites de vente d'occasion, les réparateurs, les associations caritatives, les ressourceries	4 <sup>ème</sup> T 2020	Lettre de l'Environnement

BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
communication aux exposants et aux participants: Localoccaz' + réparateurs et associations caritatives	inclus dans la communication

TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
communes et associations	X		X		pour information et diffusion
associations caritatives			X		
réparateurs		X	X		
ressourceries		X	X	X	
Trifyl				X	

## MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque association

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- aide à la commune lors de l'organisation de l'évènement (organisation de l'espace gratuité, tri et enlèvement des déchets, don à des associations caritatives, troc)

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

## RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	++



## AXE 3 / ACTION 13

### détournement de la déchèterie des gravats des artisans

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les gravats sont les déchets qui pèsent le plus, d'où l'utilité de sortir ces tonnages des apports en déchèterie. Une entreprise d'exploitation de carrières s'est montrée intéressée par la récupération de gravats afin de les valoriser. Le but de cette action est de mettre en place un système d'apport des gravats à cette entreprise, notamment pour les professionnels, afin de réduire les apports en déchèterie.

On peut aussi utiliser des gravats pour combler des chemins communaux en mauvais état. Chaque commune intéressée peut communiquer à ses usagers sur l'apport de gravats aux ateliers municipaux.

## OBJECTIFS DE L'ACTION

### ✓ **Objectifs généraux et stratégiques**

- diminuer les apports en déchèterie en kg/an/habitant en sortant les gravats, principalement les gravats des professionnels

### ✓ **Objectifs de réalisation**

- développer un partenariat avec l'entreprise Gaïa (ex Jougla) à Saïx qui recherche des gravats
- communiquer sur les besoins en gravats pour combler des chemins communaux

### ✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- 200 tonnes de déchets détournés (des apports des professionnels)

## PUBLIC CIBLE

- les artisans et entreprises du BTP générateurs de gravats
- les usagers du service

## INDICATEURS

### ✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

1/ Avoir contacté tous les artisans et entreprises de BTP

nom de l'artisan ou de l'entreprise	commune	contactée le	estimation des gravats produits annuellement	proposition du nouveau partenariat et observations

2/ Faire une communication basique pour diffusion dans les communes sur le besoin de gravats pour combler les chemins

>Indicateurs de réalisation

Nombre d'artisans et d'entreprises du BTP impliqués

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

1/ Evaluation de la participation des artisans et des entreprises de BTP

nom	partenariat effectif	difficultés rencontrées

2/ Evaluation de la participation des particuliers

nom	commune	date de l'apport	difficultés rencontrées

>Indicateurs de quantités évitées

Tonnages gravats portés en déchèterie avant partenariat – tonnages gravats portés en déchèterie après partenariat

#### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
rencontrer l'entreprise Gaïa avec élu impliqué	Fait en 2020	
trouver une mise en place pour faciliter l'apport des gravats par les artisans sans passer par la déchèterie	2021	
communiquer aux artisans et entreprises du BTP sur la nouvelle filière de valorisation	2021	Support commencé en 2020
réaliser une communication sur l'apport de gravats que les communes pourront utiliser quand elles en ont besoin	2021	

#### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
-------	---------

communication sur la nouvelle filière de valorisation	inclus dans la communication
valorisation des résultats	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale

TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
X		

PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
entreprise Gaïa		X	X	X	
artisans et entreprises du BTP			X		apport en gravats
communes					pour information et diffusion

MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre entreprise Gaïa + élu impliqué

✓ ***Pour la mise en place de l'action***

- contact des entreprises via courriers, rencontre d'après les fichiers du service développement économique de la CCSA
- information aux communes pour diffusion

✓ ***Pour la valorisation des résultats***

- bulletins communaux
- presse locale
- site internet

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+
ASPECT FINANCIER	+
DECHETS EVITES	+++

## AXE 5 : action 14

### L'éco-exemplarité des collectivités

#### DESCRIPTIF DE L'ACTION

Les communes et la CCSA sont toutes certainement engagées dans des actions éco-responsables.

Le but de cette action est de mettre en valeur ces bonnes pratiques, de les valoriser et de les essayer sur le territoire Sor & Agout en fonction des particularités de chaque collectivité.

Il faut inciter les différentes collectivités à aller plus loin dans la mise en place d'actions destinées à réduire les déchets produits par leurs différents services.

En plus du bénéfice environnemental, cela permettrait aux collectivités d'être plus crédibles par rapport à ce qu'elles demandent aux usagers et de véhiculer une bonne image.

#### OBJECTIFS DE L'ACTION

✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- réduire les déchets des administrations
- développer les actions éco-responsables dans les différents services des communes
- valoriser l'image du territoire et des agents

✓ **Objectifs de réalisation**

Chaque collectivité s'engage dans plusieurs actions éco-exemplaires parmi la liste ci-dessous (nombre à définir avec le groupe de travail – liste non exhaustive):

- utilisation du papier brouillon pour les impressions et les blocs notes
- consommation de papier recyclé dans les bureaux et prise en compte de ce critère lors des commandes aux imprimeurs
- respect du Zérophyto dans l'entretien des espaces verts
- utilisation des espèces à croissance lente pour les plantations
- tri des déchets dans tous les services
- utilisation de vaisselle réutilisable lors des manifestations
- utilisation de produits d'entretien éco-labellisés
- achat des produits économes en énergie
- réparation du matériel défectueux
- broyage, paillage et compostage des déchets verts
- incitation au covoiturage
- prise en considération des critères environnementaux dans les marchés publics

✓ **Objectifs d'évitement des déchets**

- non évaluable mais important en matière d'exemplarité

PUBLIC CIBLE

- les 10 communes de la communauté gérées par le service de collecte
- les établissements de la CCSA

INDICATEURS



✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

Avoir contacté toutes les collectivités ciblées et proposé des actions éco-exemplaires

nom de la collectivité	contactée le	actions écoexemplaires déjà en place	estimation des déchets produits (quantité et qualité)	observation

>Indicateurs de réalisation

Nombre de collectivités impliquées dans la nouvelle démarche d'éco-exemplarité

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
objectifs							
réalisation							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Actions réalisées par chaque collectivité

nom de la collectivité	actions réalisées

>Indicateurs de quantités évitées

estimation des déchets produits avant la mise en place des actions éco-exemplaires - estimation des déchets produits après la mise en place des actions éco-exemplaires

### ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
présenter le PLPDMA aux collectivités	Fait en 2020	Durant les étapes de validation (groupe de travail, CCES, bureau, conseil)
recenser les bonnes pratiques déjà en place	2025	
estimer les quantités de déchets qui pourraient être évités en amont de l'EE	2025	
accompagner les collectivités dans la mise en place de nouvelles actions éco-exemplaires	chaque année	
estimer les quantités de déchets évités en aval de l'EE	chaque année	
valoriser ses actions à l'ensemble des collectivités participantes et au grand public	chaque année	

### BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
communication pour valorisation	inclus dans le coût du bulletin communal ou gratuit via site internet et presse locale

### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
		X

### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
collectivités			X		

### MODES DE COMMUNICATION

✓ **Mobilisation des partenaires**

- rencontre de chaque collectivité
- création d'un groupe de travail

✓ **Pour la mise en place de l'action**

- communication entre les groupes de travail et les agents de chaque collectivité

✓ **Pour la valorisation des résultats**

- site internet
- presse locale
- bulletins des collectivités

## RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	+++
ASPECT FINANCIER	-
DECHETS EVITES	? (dépend des actions déjà en place)

## ACTION 15

### communication globale

## DESCRIPTIF DE L'ACTION

La partie communication n'est pas à négliger lorsque l'on veut passer des messages à la population. Afin de toucher le plus d'utilisateurs possible, il est important d'utiliser différents supports : site internet, newsletter, affiches, panneaux lumineux, bulletins communaux, presse locale, boîtes aux lettres...

## OBJECTIFS DE L'ACTION

### ✓ **Objectifs généraux stratégiques**

- informer le plus largement possible le grand public

### ✓ **Objectifs de réalisation**

- créer et utiliser des moyens et des supports de communication variés

✓ **Objectifs d'évitement de déchets**

- non évaluable

PUBLIC CIBLE

- les usagers du service

INDICATEURS

✓ **Indicateurs d'activité**

>Indicateurs de moyens

Dresser une liste de référence évolutive des supports et des moyens de communication existants et leur impact

support de com	moyen de com	impact

>Indicateurs de réalisation

1/ Evolution des supports au fil des ans

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
supports							

2/ Evolution des moyens au fil des ans

année	ref 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
moyens							

✓ **Indicateurs d'impact**

>Indicateurs de participation

Evaluer l'impact sur la population suivant le support ou le moyen de communication utilisé

support de com	moyen de com	public touché	impact en retour

>Indicateurs de quantités évitées

Etudier l'évolution des chiffres au fil des ans, impact sur tous les types de déchets

ETAPES CLES DE L'ACTION

Etapes	Réalisation prévisionnelle	Remarque(s)
lister les supports et moyens de com existants	Fait en 2020	
trouver de nouveaux moyens et supports de com	chaque année	
évaluer l'impact de chaque support et moyen de com (retour, public touché)	chaque année	
adapter les supports et moyens de com pour	chaque année	

toucher les différents publics et avoir plus d'impact		
adapter les supports et moyens de com en fonction des manques et des évolutions contextuelles	chaque année	
planifier la com sur l'année mais garder une part aux besoins ponctuels	chaque année	

BUDGETISATION DE L'ACTION

Poste	Montant
<b>2020</b>	
Lettre de l'Environnement # 3 (textile, déchets verts, verre)	1000€
Gravats	500€
Kakémono espace gratuité	150€
Consignes tri spéciales manifestations	150€
Lettre de l'Environnement # 4 (réparation, don)	1000€
Opération cadeaux de Noël	100€
Matériel scolaire	1000€
Imprévu	1000€
<b>TOTAL</b>	<b>5900€</b>
<b>2021</b>	
Lettre de l'Environnement # 5	1000€
Lettre de l'Environnement # 6	1000€
Projets divers, matériel scolaire	2000€
<b>TOTAL</b>	<b>4000€</b>
<b>2022</b>	
Lettre de l'Environnement # 7	1000€
Lettre de l'Environnement # 8	1000€
Projets divers, matériel scolaire	2000€
<b>TOTAL</b>	<b>4000€</b>
<b>2023</b>	

Lettre de l'Environnement # 9	1000€		
Lettre de l'Environnement # 10	1000€		
Projets divers, matériel scolaire	2000€		
<b>TOTAL</b>	<b>4000€</b>		
<b>2024</b>			
Lettre de l'Environnement # 11	1000€		
Lettre de l'Environnement # 12	1000€		
Projets divers, matériel scolaire	2000€		
<b>TOTAL</b>	<b>4000€</b>	<b>TOTAL SUR 5 ANS</b>	<b>21900€</b>

#### TEMPS CONSACRE A L'ACTION

+	++	+++
	X	

#### PARTENAIRES ET RELAIS MOBILISES

Partenaires	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
Trifyl	X	X			

#### MODES DE COMMUNICATION

##### ✓ **Mobilisation des partenaires**

- création d'un groupe de travail pour création de nouveaux supports, messages à faire passer en priorité

##### ✓ **Pour la mise en place de l'action**

- information des différents supports utilisés à la commission communication
- utilisation de l'application web « *Entreprendre à Sor et Agout* » pour les entreprises

##### ✓ **Pour la valorisation des résultats**

- site internet



- bulletins communaux, Lettre de l'Environnement, support de communication
- presse locale

RECAPITULATIF

TEMPS PASSE	++
ASPECT FINANCIER	++
DECHETS EVITES	++

## Evaluation des actions

RECAPITULATIF DES DECHETS EVITES ENTRE 2021 & 2026												
ACTIONS	type d'action (1)	quantité / nocivité	temps passé	aspect financier	montant sur 6 ans	prévision de déchets évités	déchets évités en 2021	déchets évités en 2022	déchets évités en 2023	déchets évités en 2024	déchets évités en 2025	déchets évités en 2026
<b>AXE 1 : PROMOTION DE LA VALORISATION DES BIODECHETS ET DES RESIDUS VEGETAUX</b>												
1/ Redevance spéciale	PRIORITE 1 / 2 / 3	quantité	⌚⌚⌚	-	0€	🗑️ 30 tonnes de biodéchets / an au total pour tous les établissements assujettis à la RS						
2/ Evitement des déchets verts	PRIORITE 1	quantité	⌚⌚⌚	€€€	broyage : 108840€ composteurs : 20000€ / an signalétique : 500€ com : (inclus dans action com)	🗑️🗑️🗑️ broyage : 1350 tonnes en 2018 750 tonnes détournées en 5 ans 40€ / tonne broyée – 20€ / tonne de soutien sur 93 tonnes composteurs : 210 kg/an/composteur vendu, 400 composteurs / an : 84 tonnes / an = 420 tonnes sur 5 ans						
<b>AXE 2 : SENSIBILISATION ET ACCOMPAGNEMENT AUX GESTES DE TRI ET DE PREVENTION</b>												
3/ Gaspillage alimentaire	PRIORITE 1	quantité	⌚⌚⌚	€	Gourmet Bag + com: 3000€	🗑️🗑️						

					habillage BOM : 2000€ sacs réutilisables : 500€ com : (inclus dans action com)	<i>Gourmet Bag</i> : 8.5 tonnes (100g / repas) sensibilisation prépa repas : 0.5 tonne sensibilisation tri : 1 tonne sensibilisation scolaires : 5 tonnes (0.5 t/an/ets) = 15 tonnes							
4/ Tri des entreprises	PRIORITE 2 /3	les 2	⌚⌚	€	signalétique : 1000€ la 1 <sup>ère</sup> année 1000€ lors de l'extension des consignes de tri	♻️♻️♻️ 60 tonnes aujourd'hui 150 tonnes avec extension des consignes de tri 50% de détourné soit 105 tonnes sur 5 ans							
5/ Déchets dangereux	PRIORITE 3 / 4	les 2	⌚	-	0€ (inclus dans action com)	♻️ 0.31 kg/an/hab, soit 4.75 tonnes 50% de détourné soit 2.37 tonnes sur 5 ans							
<b>ACTIONS</b>	<b>type d'action (1)</b>	<b>quantité / nocivité</b>	<b>temps passé</b>	<b>aspect financier</b>	<b>montant sur 6 ans</b>	<b>prévision de déchets évités</b>	<b>déchets évités en 2019</b>	<b>déchets évités en 2020</b>	<b>déchets évités en 2021</b>	<b>déchets évités en 2022</b>	<b>déchets évités en 2023</b>	<b>déchets évités en 2024</b>	
6/ Verre	PRIORITE 3	quantité	⌚⌚	€€€	recup verre (20) : 30000€ la 1 <sup>ère</sup> année puis 5 RV / an : 7700€ / an com : (inclus dans action com)	♻️♻️♻️ 2021 : +1.4 kg/an/hab soit 21.5 tonnes 2022 : +2 kg/an/hab soit 30 tonnes 2025 : +2 kg/an/hab soit 30 tonnes = 81.5 tonnes sur 5 ans							
7/ Label éco-école	PRIORITE 1 / 2 / 3	quantité	⌚⌚	€	signalétique : 1000€ la 1 <sup>ère</sup> année	♻️ non évalué par Eco-Ecole, dépend des projets mis en place (du tri au gaspillage alimentaire) et de ce qui est déjà fait dans les écoles							
8/ Stop pub	PRIORITE 1	quantité	⌚	-	0€ (inclus dans action com)	♻️♻️ 30 kg/an/hab, soit 45 tonnes avec 30% de BAL étiquetées en plus							

9/ Sensibilisation des publics	PRIORITE 1 / 2 / 3	les 2	⌚⌚	€	0€ (inclus dans action com)	🗑 impossible à évaluer							
10/ Soutien éco-manifestations	PRIORITE 1/ 2 / 3	quantité	⌚⌚	€€	matériel : 500€ la 1 <sup>ère</sup> année gobelets : 5000€	🗑 vaisselle réutilisable : 0.5 tonne / an soit 1.5 tonnes sur 5 ans vide grenier : 3 tonnes sur 5 ans							
<b>AXE 3 : PROMOTION DU REEMPLOI, DE LA REPARATION ET DE LA REUTILISATION</b>													
11/ Collecte textile	PRIORITE 2 / 3	quantité	⌚	-	0€ (inclus dans action com)	🗑🗑 1 kg/an/hab = 15 tonnes sur 5 ans							
12/ Alternative la déchèterie	PRIORITE 1/ 2	quantité	⌚⌚	-	0€ (inclus dans action com)	🗑🗑 selon étude réemploi Trifyl = 22 tonnes /an							
13/ Détournement gravats	PRIORITE 1	quantité	⌚	-	0€ (inclus dans action com)	🗑🗑🗑 770 tonnes de déchets particuliers 340 tonnes de déchets pro 200 tonnes de déchets pro détournées							
<b>ACTIONS</b>	<b>type d'action (1)</b>	<b>quantité / nocivité</b>	<b>temps passé</b>	<b>aspect financier</b>	<b>montant sur 6 ans</b>	<b>prévision de déchets évités</b>	<b>déchets évités en 2019</b>	<b>déchets évités en 2020</b>	<b>déchets évités en 2021</b>	<b>déchets évités en 2022</b>	<b>déchets évités en 2023</b>	<b>déchets évités en 2024</b>	<b>déchets évités en 2024</b>
<b>AXE 4 : ECOEXEMPLARITE DE LA CCSA ET DES COMMUNES MEMBRES</b>													
14/ Eco-exemplarité	PRIORITE 1 / 2 / 3	les 2	⌚⌚⌚	-	0€	🗑 ? car dépend des actions déjà en place							
<b>GLOBAL COMMUNICATION</b>	PRIORITE 1 / 2 / 3 / 4 / 5	les 2	⌚⌚⌚	€€	15000€ / an	🗑🗑🗑 Impossible à évaluer							

(1) Suivant les priorités du PLPDMA (article L.541-1 du code de l'environnement)

PRIORITE 1 : prévention

PRIORITE 2 : réutilisation et réemploi

PRIORITE 3 : recyclage et valorisation matière

PRIORITE 4 : valorisation énergétique

PRIORITE 5 : élimination