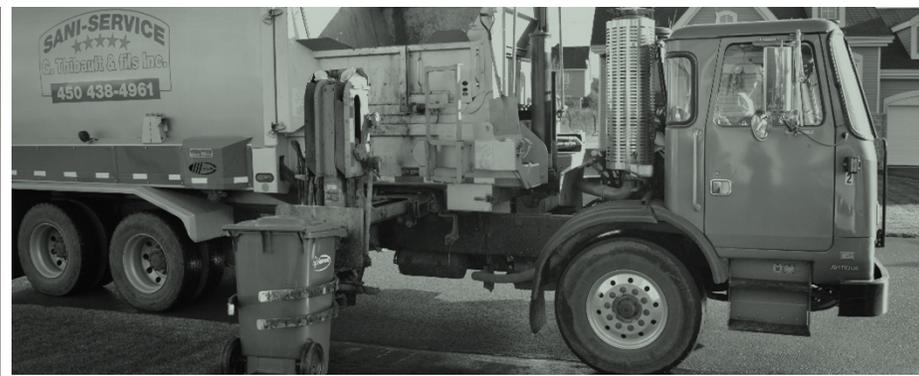


# La campagne «*Vive le brun*» de la Ville de Prévost



**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.

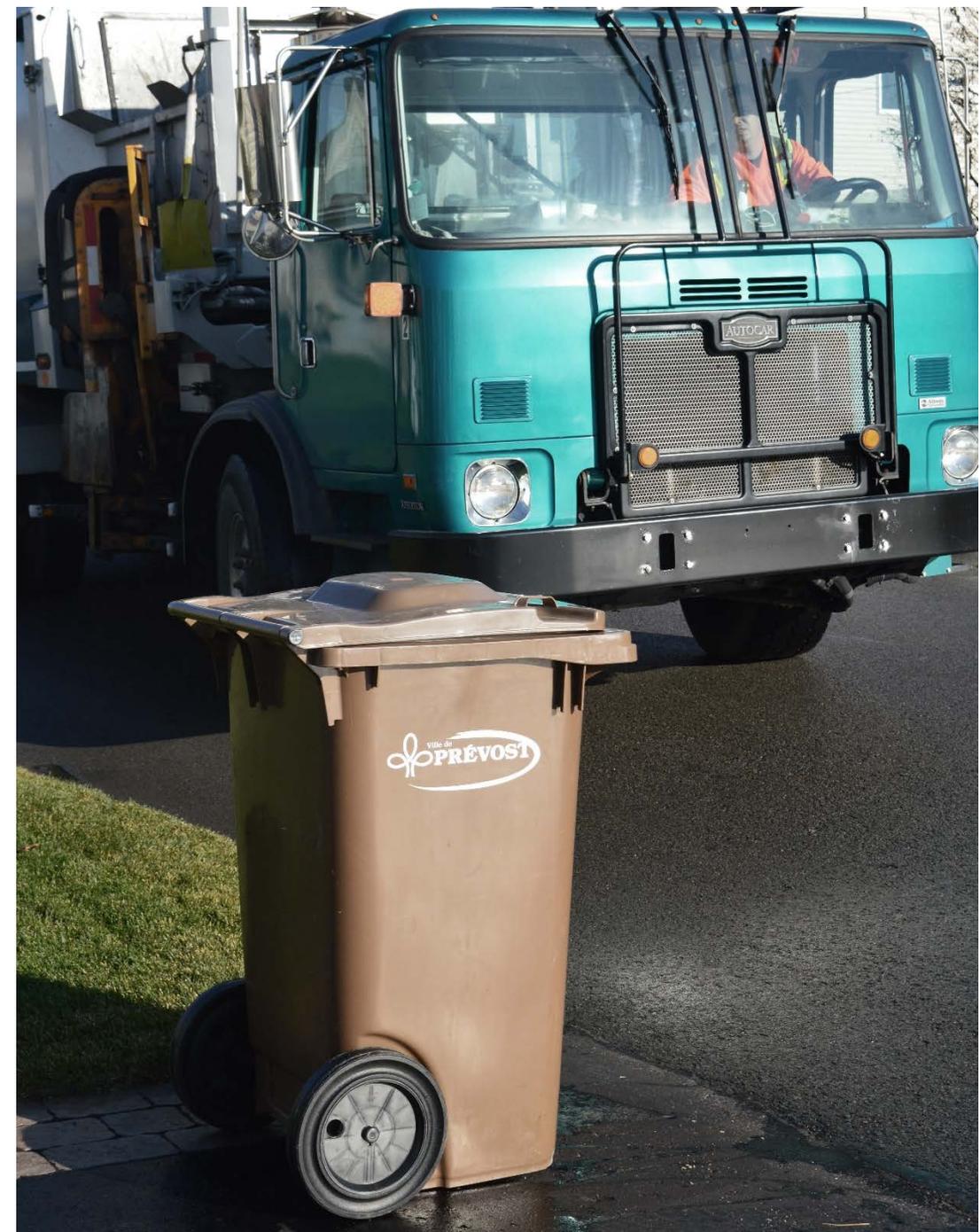


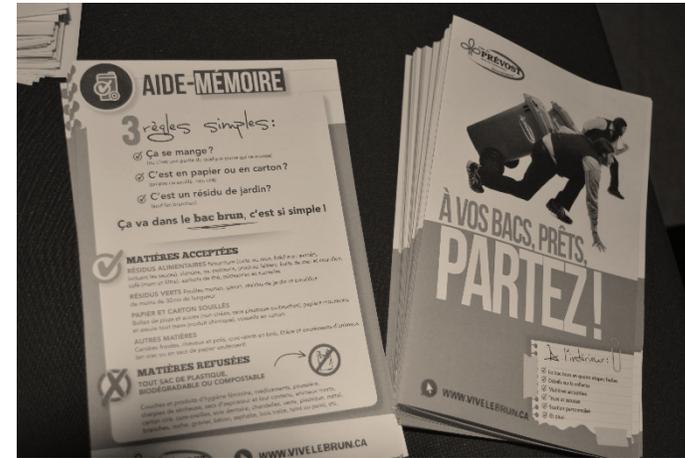


## Qu'est-ce que la campagne ?

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

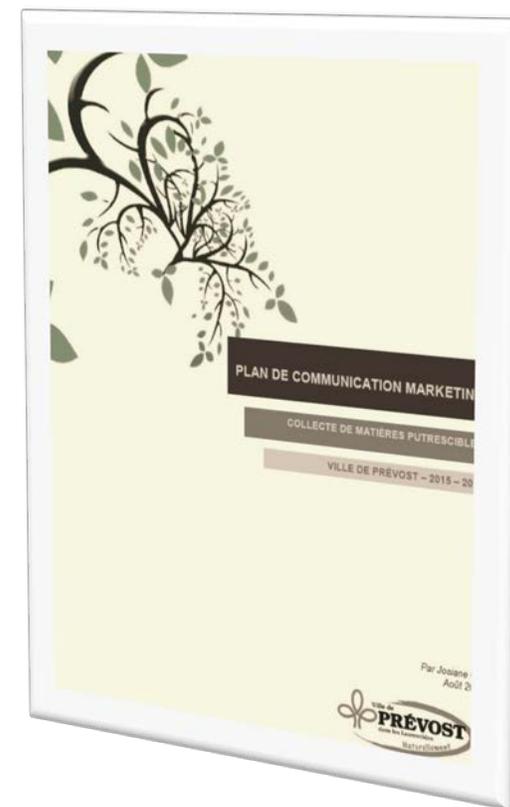
- Il faut cerner ce qui leur fait peur : appréhensions = problèmes potentiels
  - *Ça pue, c'est dégueulasse, c'est compliqué.*
- Leur faire apprivoiser le bac
- Leur faire adopter le bac

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"><li>• Quand ?</li><li>• Quoi ?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• C'est facile !</li><li>• On est rendu là !</li><li>• Il faut sortir son bac</li><li>• Comment on l'utilise ?</li><li>• Ce qui va dans le bac</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lavage du bac</li><li>• On part en vacances</li></ul>

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



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

[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)



# DISTRIBUTION DES BAGS EN COURS...

■■■■■

# COLLECTE DÈS LE 2 MAI

[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)



MÊME LUI VA  
ÊTRE CAPABLE...

# NE VOUS INQUIÉTEZ PAS!

[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)

## 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](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)



**L'AVENIR  
EST AU BRUN**

[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)

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



[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)

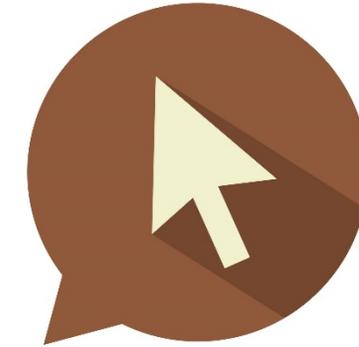
**UN BRUN,  
ÇA SE LAVE...**



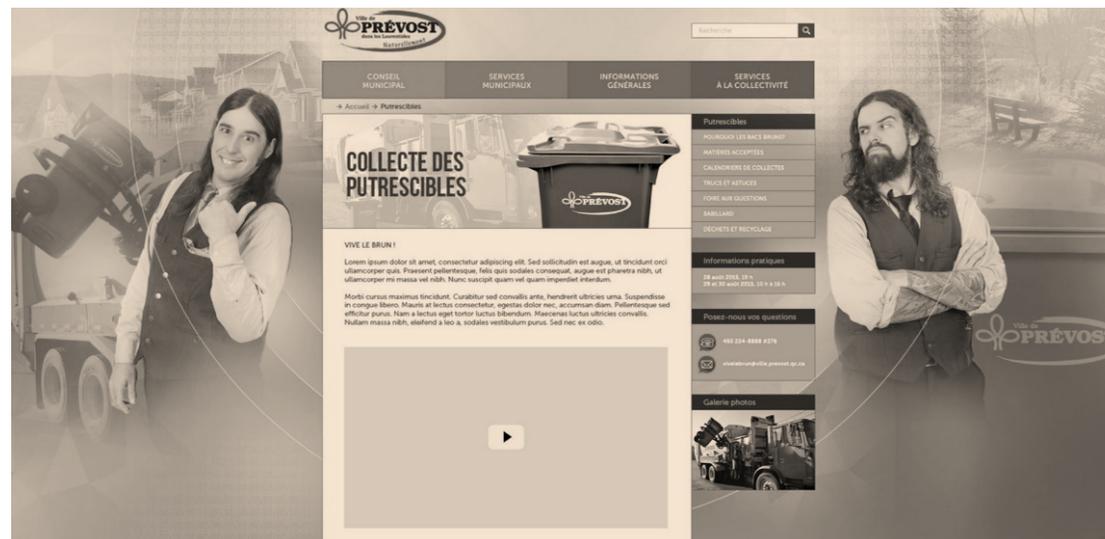
[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)

## Outils de communication

- Panneaux 4 x 8 sur le territoire
- Site web dédié: [www.vivelebrun.ca](http://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](http://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](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)



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

**Et notre capsule web**

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



# DES QUESTIONS?



[WWW.VIVELEBRUN.CA](http://WWW.VIVELEBRUN.CA)

