



AXE 3 : INFORMER ET MOBILISER LES PUBLICS

Pour assurer l'acceptabilité, l'efficacité
et l'impact local des projets

Informer et mobiliser les publics : les apprentissages clés !

Enjeux

1. La réussite d'un projet repose autant sur le montage du projet, sa gouvernance, les solutions techniques choisies que sur la compréhension et l'implication des usager.e.s et des populations bénéficiaires.
2. L'implication des usager.e.s ne se décrète pas : elle se construit en partant de leurs usages, de leurs représentations et de leurs marges d'action concrètes.
3. La mobilisation doit être préparée, contextualisée et suivie dans le temps. Pourtant, les pratiques d'IEC (information, éducation, communication) sont trop souvent cantonnées à une phase ponctuelle, sans suivi ni ancrage local.

Bonnes pratiques capitalisées

Adapter les formats aux usages locaux

- Privilégier les supports simples et accessibles (pictogrammes, vidéos courtes, théâtre forum, interventions radio...).
- Éviter les messages trop génériques ou normatifs : s'appuyer sur les préoccupations concrètes (hygiène, image du quartier, qualité de vie).

S'appuyer sur des relais communautaires

- Identifier des personnes-relais dans chaque quartier ou village (enseignant.e.s, chefs coutumiers, jeunes, responsables d'associations).
- Former ces relais et leur permettre de porter les messages de manière crédible et adaptée.

Inscrire l'IEC dans la durée

- Prévoir des actions de sensibilisation régulières, pas uniquement concentrées sur le lancement du projet.
- Mettre en place des dynamiques collectives pérennes (clubs d'habitants, brigades scolaires, campagnes annuelles...).

Mobiliser la population à travers l'action concrète

- Organiser des activités visibles et participatives (journées de collecte, concours de tri, plantations d'arbres...).
- Associer les habitant.e.s à la conception ou à l'évaluation des dispositifs (questionnaires, réunions publiques...)

Donner une visibilité locale à l'action

- Renforcer la reconnaissance du service localement : identifier les agents de collecte, créer des outils de signalétique, relayer les actions via des radios ou journaux communautaires.
- Faire exister le projet dans le paysage quotidien renforce son appropriation.

Apprentissages clés à retenir.



L'information descendante ne suffit pas : il faut créer des espaces d'échange et de participation.



Les relais de proximité sont les garants de la durabilité des messages.



Les actions de mobilisation sont plus efficaces lorsqu'elles s'accompagnent de marges de participation réelles.



**l'agence
métropolitaine
des déchets
ménagers**