



Année de programmation 2015 – **Domaine Risques liés aux contaminants aquatiques - Action 224**

# Elaboration d'une stratégie de communication pour la réduction des rejets en micropolluants

**Livrable 2.3.a, 2.3.b, 2.3.c**

**Maxime POMIES (Eurométropole de Strasbourg)**

**Mai 2018**

Document élaboré dans le cadre de l'appel à projets « Innovations et changements de pratiques: lutte contre les micropolluants des eaux urbaines »



En partenariat avec :



« Avec le soutien de »





- **AUTEURS**

**Maxime POMIES**, chef du projet LUMIEAU-Stra (Eurométropole de Strasbourg),  
maxime.pomies@strasbourg.eu

- **CORRESPONDANTS**

**AFB : Pierre-François STAUB**, Interlocuteur projet, pierre-françois.staub@afbiodiversité.fr

**Partenaire** : Claire RIOU, Interlocuteur projet, claire.riou@eau-rhin-meuse.fr et Roger FLUTSCH,  
interlocuteur projet, roger.flutsch@eau-rhin-meuse.fr

- **AUTRES CONTRIBUTEURS**


**Adélaïde MEYER**, chargée de communication (Eurométropole de Strasbourg),  
adelaide.meyer@strasbourg.eu

**Droits d'usage** : accès libre

**Niveau géographique** : National

**Couverture géographique** : Eurométropole de Strasbourg

**Niveau de lecture** : citoyens, professionnels, experts

<p><b>AGENCE FRANÇAISE POUR LA BIODIVERSITÉ</b> MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT</p>	<p><b>Elaboration d'une stratégie de communication pour la réduction des rejets en micropolluants</b> Pomiès M.</p>	<p><b>LUMIEAU-STR</b> Lutte contre les micropolluants dans les eaux urbaines à Strasbourg</p> 
--	---	--

- **RESUME**

La problématique des micropolluants et plus généralement celle du cycle urbain de l'eau est mal connue du grand public. De même, les artisans sont rarement au courant des obligations réglementaires qui leur incombent vis-à-vis de leurs rejets. Cependant, réduire les rejets de micropolluants dans les réseaux d'assainissement devient un sujet majeur pour les collectivités, aussi bien pour la protection de l'environnement que pour répondre à la réglementation. Un des leviers pour changer les pratiques du grand public et des artisans est la sensibilisation. Elle se traduit par l'utilisation d'outils de communication adaptés.

Ce livrable propose des éléments de construction d'une stratégie de communication pour favoriser les changements de pratiques concernant les micropolluants. Cette stratégie s'adresse au grand public et aux artisans.

A partir des conclusions de l'enquête sociologique sur la représentation du « tout-à-l'égout », de la bibliographie des outils de communication existants sur le sujet et des supports déjà mis en place par la collectivité, des outils de communication sont proposés. Ils combinent des messages généraux sur les micropolluants ainsi qu'une approche par type de produits (produits ménagers, produit de bricolage, produits phytosanitaires, médicaments, cosmétiques). Les supports choisis sont classiques (plaquettes, guides) ou innovants (mini-films, spots radios). Leur efficacité et leur coûts seront évalués au fur et à mesure du projet afin d'identifier des pistes d'amélioration et ceux qui peuvent être pérennisés.

- **MOTS CLES (THEMATIQUE ET GEOGRAPHIQUE)**

Eurométropole de Strasbourg, micropolluants, réduction, stratégie de communication, outils de communication

- **COMMUNICATION STRATEGY ELABORATION TO REDUCE MICROPOLLUTANT RELEASE**

- **ABSTRACT**

Population knowledge about micropollutant problematic and, more generally, urban water cycle is poor. In the same way, craftsmen are rarely aware of regulatory obligation concerning their effluent discharge. However, reducing micropollutant release into sewage system is becoming a major issue for territorial communities, both for environmental protection and for regulation. One of the levers for changing practices of population and craftsmen is sensitization. So, adapted tools have to be used.

This document provides elements for a communication strategy to promote practice changes. This strategy is aimed at population and craftsmen.

Based on the conclusions of the sociological survey about representation of sewerage, the bibliography of the existing communication tools on the subject and the supports already used by the territorial community, communication tools are proposed. They combine general messages about micropollutants as well as an approach by type of products (household products, do-it-yourself products, phytosanitary products, medicines, cosmetics). Chosen tool forms are classic (guides) or innovative (videos, radio announcement). Their effectiveness and costs will be assessed during the project to identify possible improvements and those that can be sustained.

- **KEY WORDS (THEMATIC AND GEOGRAPHICAL AREA)**

Eurometropole of Strasbourg, micropollutants, reduction, communication strategy, communication tools

## • SYNTHÈSE POUR L'ACTION OPERATIONNELLE

Les micropolluants sont devenus un sujet majeur de préoccupation et d'action pour la protection des milieux aquatiques. En milieu urbain, les rejets dans le réseau d'assainissement peuvent atteindre les milieux récepteurs après passage dans une station de traitement des eaux usées (STEU) ou suite à un déversement via un déversoir d'orage. Pour identifier les micropolluants présents dans les eaux, un suivi au niveau des STEU est mis en place par les gestionnaires des systèmes d'assainissement dans le cadre du programme RSDE STEU. Ce programme réglementaire donnera lieu dès 2018 à une étude diagnostic amont, c'est-à-dire à une identification des principaux émetteurs de micropolluants et à des propositions d'action. La difficulté de cette étude résidera d'une part dans la hiérarchisation des émetteurs et d'autre part dans les leviers d'action qui pourront être actionnés. En milieu urbain, les origines de micropolluants sont très diverses : établissements industriels, artisans, particuliers, eaux pluviales. Jusqu'à présent, les études portaient essentiellement sur les établissements industriels. Or les artisans et particuliers, bien que leurs volumes de rejets soient moindres, contribuent aux micropolluants rejetés dans les réseaux d'assainissement. Pour les encourager à réduire ces rejets, le levier réglementaire ne peut pas être utilisé. En revanche, le levier de la sensibilisation est tout à fait adapté.

Sensibiliser le grand public et les artisans constitue une approche nouvelle. Communiquer sur le sujet des micropolluants nécessite de concevoir des outils adaptés à la compréhension, des messages simples et clairs, des formats permettant d'atteindre les cibles. Une stratégie spécifique doit donc être élaborée pour concevoir et associer différents outils de communication. Au cours du projet LUMIEAU-Strasbourg, des outils de communication sont mis en place. Le sujet abordé étant nouveau, le projet fait office d'espace de test. L'objectif est de développer des outils classiques (plaquettes, guides) mais aussi innovants (vidéos, spots radios). La sensibilisation a donc lieu pendant le projet puis sera pérennisée, en s'appuyant sur les outils évalués comme les plus pertinents.

Pour concevoir la stratégie de communication, la première étape est de faire un bilan de la situation actuelle. Ce bilan intègre 3 éléments :

► Niveau de connaissance de la problématique des micropolluants par le grand public. L'enquête sociologique sur la représentation du « tout-à-l'égout » (livrable 2.1.a du projet LUMIEAU-Strasbourg) a confirmé la méconnaissance du sujet et la compréhension très partielle du cycle de l'eau urbain. Le grand public a des difficultés à concevoir que leurs pratiques quotidiennes puissent être une source de micropolluants, notamment lorsque les produits peuvent être en contact avec leur peau (cosmétique). Globalement, cela met en évidence le manque de conscience du danger des produits chimiques utilisés quotidiennement. L'étude a ensuite été approfondie concernant les produits ménagers. On note une bonne image des produits alternatifs mais une crainte d'une perte d'efficacité en termes de désinfection. La désinfection massive à la maison semble ancrée dans nos représentations d'un ménage efficace alors qu'elle n'est pas nécessaire. Enfin, les retours d'expérience des associations réalisant des ateliers de changement de pratique mettent en évidence que les aspects de santé et d'économie sont primordiaux par rapport à l'aspect de protection de l'environnement.

► Outils de communication existants. La communication sur le sujet des micropolluants et des substances chimiques à destination des particuliers et des artisans par les collectivités est quasi inexistante.

► Outils et projets connexes de la collectivité. La collectivité est engagée dans plusieurs démarches visant à la protection de l'environnement et de la santé : stratégie de réduction des déchets (démarche Territoires zéro déchet zéro gaspi), plan climat, amélioration de la qualité de l'air (Ville respirable), démarche Zéro pesticides. Nous pouvons nous appuyer sur plusieurs outils de communication déjà en place, notamment en relation avec les déchets et les pesticides. De plus, notre stratégie se doit d'être cohérente avec les autres projets et d'autres les autres communications.

La connaissance des micropolluants et, de manière plus générale, de l'assainissement est relativement faible pour le grand public. Le panel d'outils à mettre en œuvre aborde donc deux approches : une approche pédagogique donnant des informations sur les micropolluants, une approche plus concrète

ciblant les produits chimiques et les changements de pratiques. Cette dernière approche s'intéresse donc de manière séparée aux produits du quotidien (produits ménagers, produits de bricolage, produits phytosanitaires, cosmétiques, médicaments). Les changements de pratiques associés à chaque type de produits sont plus ou moins difficiles à mettre en place. Il faut proposer plusieurs niveaux de solutions : ne plus utiliser ou réduire les produits, utiliser des produits plus sains, mieux gérer les restes de produits.

Les deux approches de lecture permettent de toucher davantage de public et de satisfaire leur besoin en information (détaillée ou non). De plus, le changement de pratiques implique par définition des craintes. Pour limiter cela, la stratégie repose sur un message positif, proposant des alternatives, et limite l'alerte et le sentiment de culpabilité. A partir de ces principes, un panel diversifié d'outils est testé : guides, plaquettes, page web, vidéos diffusées dans les cinémas, spots radio. Une difficulté lorsque l'on communique sur une problématique est de ne toucher qu'une cible déjà sensibilisée. Diversifier les supports et médias de communication est aussi un moyen d'augmenter la probabilité de toucher nos cibles et d'interpeller des personnes totalement étrangères au sujet.

Un frein majeur au changement de pratique est le sentiment de ne pas être le principal responsable. L'action personnelle peut paraître dérisoire par rapport à une solution plus globale (d'ordre réglementaire par exemple) qui a davantage de portée. Pour contrer cette appréhension, notre communication doit montrer que chacun a un rôle à jouer et chacun peut en tirer des bénéfices (pour la santé ou économique par exemple).

Par cette stratégie de communication, la collectivité se pose en prescripteur de solutions. Cela concourt à la réalisation d'objectifs mais aussi à engager le grand public dans une démarche environnementale. L'administration des collectivités se tourne de plus en plus vers la participation citoyenne. Inclure le grand public dans ce type d'actions de changement de pratiques fait partie de cette évolution. Pour y parvenir, les messages doivent apporter de l'information utile pour justifier les actions et accompagner concrètement vers de solutions.

- **SOMMAIRE**

<b>1. Introduction .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Eléments de contexte pour l'élaboration d'une stratégie de communication 9</b>	
2.1. <i>Synthèse de l'enquête sur les représentations du « tout-à-l'égout » (Pierrette et al., 2017) .....</i>	9
2.2. <i>Les artisans et les rejets non domestiques .....</i>	10
2.3. <i>La cohérence avec les actions menées par la collectivité .....</i>	10
2.3.1. <i>Axe déchets .....</i>	10
2.3.2. <i>Axe produits phytosanitaires .....</i>	11
2.3.3. <i>Axe eau et assainissement .....</i>	11
2.4. <i>L'aspect réglementaire et le contexte national sur la thématique des micropolluants .....</i>	12
2.5. <i>Des éléments de bibliographie .....</i>	13
<b>3. Adapter les messages aux différents publics .....</b>	<b>14</b>
3.1. <i>Les produits du quotidien concernés .....</i>	14
3.2. <i>Plusieurs niveaux de messages à destination du grand public .....</i>	14
3.3. <i>Identifier les lieux adéquats pour communiquer .....</i>	15
3.4. <i>Les artisans : une cible spécifique .....</i>	15
3.5. <i>Proposer une communication au sein des services de la collectivité .....</i>	15
<b>4. Explorer plusieurs voies de communication .....</b>	<b>15</b>
4.1. <i>Les supports institutionnels .....</i>	15
4.2. <i>Diversifier les voies de diffusion .....</i>	16
4.3. <i>Une communication participative/interactive (au plus près des cibles) .....</i>	16
4.4. <i>De l'accompagnement pour les artisans .....</i>	17
<b>5. Un panel d'actions à mettre en œuvre .....</b>	<b>17</b>
5.1. <i>Les produits ménagers .....</i>	19
5.2. <i>Les produits de bricolage .....</i>	21
5.3. <i>Les produits phytosanitaires : .....</i>	22
5.4. <i>Les cosmétiques et médicaments : .....</i>	23
5.5. <i>Un message global .....</i>	24
5.1. <i>L'accompagnement des artisans .....</i>	25
<b>6. Conclusion .....</b>	<b>26</b>
<b>7. Glossaire .....</b>	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
<b>8. Sigles &amp; Abréviations .....</b>	<b>27</b>
<b>9. Bibliographie .....</b>	<b>28</b>
<b>10. Table des illustrations .....</b>	<b>29</b>
<b>Annexe 1: Supports de communication en rapport avec la démarche Zéro pesticides et le jardinage au naturel .....</b>	<b>30</b>
<b>Annexe 2: La lettre du SDEA (automne-hiver 2015) .....</b>	<b>32</b>
<b>Annexe 3: Listes des vidéos relatives à l'assainissement et aux micropolluants .....</b>	<b>33</b>
<b>Annexe 4: Plaquette à destination des professionnels : gérez vos déchets dangereux pour l'eau (SDEA) .....</b>	<b>34</b>
<b>Annexe 5 : Plaquette à destination des professionnels du nettoyage (CISALB) .....</b>	<b>35</b>
<b>Annexe 6 : Plaquette à destination des professionnels (CCI Territoire de Belfort) .....</b>	<b>36</b>
<b>11. Remerciements .....</b>	<b>37</b>



## 1. Introduction

Le projet LUMIEAU-Stra (lutte contre les micropolluants dans les eaux urbaines à Strasbourg) a pour objectif de réduire les quantités de micropolluants rejetés dans les réseaux d'assainissement. Des solutions de réduction sont testées durant la durée du projet auprès des industriels, des artisans, du grand public et concernant les eaux pluviales. Leur évaluation en fin de projet permettra à la collectivité d'établir un plan d'action adapté avec des objectifs de réduction.

Parmi les solutions testées, des outils de communication sont mis en place à destination du grand public et des artisans. La conception de ces outils s'appuie sur l'expérience du service communication de l'Eurométropole, sur les recherches effectuées par le laboratoire GESTE concernant la représentation du « tout-à-l'égout » et les pratiques des usagers et sur les connaissances de l'artisanat du CNIDEP.

Durant la durée du projet (2015-2018), un plan de communication est mis en place. Ce plan propose un panel d'outils de communication adaptés aux différentes situations qui permettra de lancer des actions à moyen ou long terme. Ce plan de communication mis en œuvre accompagne les différentes tâches du projet. Ce plan identifie :

- ▶ les cibles et les messages dédiés ;
- ▶ une planification des actions à mettre en place ;
- ▶ un budget associé à chaque action ;
- ▶ des indicateurs d'efficacité associés à chaque action.

L'objet du présent livrable est de rendre compte de la conception de ce plan de communication. Dans une version ultérieure, une évaluation sera proposée ainsi qu'un développement de ce plan de communication pour le futur.

## 2. Éléments de contexte pour l'élaboration d'une stratégie de communication

Pour mettre en place une stratégie de communication efficace, une première étape de diagnostic doit être effectuée afin de calibrer nos messages en fonction du contexte actuel. Ce contexte est lié d'une part à la réglementation liée à la thématique des micropolluants à l'échelle d'une collectivité, au niveau de connaissance du public cible et aux actions déjà entreprises.

### **2.1. Synthèse de l'enquête sur les représentations du « tout-à-l'égout » (Pierrette et al., 2017)**

L'étude menée au cours du projet LUMIEAU-Stra a mis en évidence plusieurs éléments, via la bibliographie et l'enquête terrain, dont il faut tenir compte dans la conception des outils.

- ▶ Globalement, le grand public ne connaît pas bien le cycle urbain de l'eau et le devenir des eaux usées.
- ▶ Les usagers ne sont pas conscients de la problématique des micropolluants (une proportion croissante de la population a cependant entendu parler d'un autre terme : les perturbateurs endocriniens).
- ▶ Les particuliers ont des difficultés à concevoir que leurs pratiques quotidiennes peuvent être une source de micropolluants. Ils attribuent clairement la responsabilité de cette pollution aux industriels et aux agriculteurs.
- ▶ L'habitude d'utiliser tel ou tel produit est un frein au changement (utilisation historique, peur d'un changement moins efficace, force de la publicité pour les produits « conventionnels »).
- ▶ L'aspect environnemental semble n'être pas prioritaire par rapport aux aspects économiques et santé.

En conclusion, le niveau de connaissance global du grand public sur l'assainissement requiert d'insister sur l'aspect explicatif et pédagogique. Cependant, notre stratégie de communication va devoir se démarquer pour pouvoir toucher l'utilisateur qui est confronté à de très nombreuses

sollicitations de communication. Des outils uniquement basés sur la pédagogie ne permettront pas d'atteindre les cibles. Nous devons donc nous doter dans un premier temps d'outils percutants, originaux, qui interpellent puis d'outils plus complets qui apporteront davantage d'information à l'utilisateur. Outre les informations décrivant la thématique des micropolluants, des outils devront proposer des solutions et accompagner les utilisateurs de ces solutions.

## **2.2. Les artisans et les rejets non domestiques**

Tout établissement professionnel qui produit des eaux usées non domestiques doit être autorisé par le service gestionnaire du réseau d'assainissement pour rejeter ces eaux dans les égouts. Sans autorisation, le déversement d'eaux usées non domestiques au réseau public d'assainissement est passible d'une amende de 10 000€ (Art. L.1331-2 du Code de la Santé Publique). Cette réglementation est peu connue des artisans et peu d'entre eux possède cette autorisation administrative.

L'aspect environnemental entre rarement en ligne de compte dans la gestion d'une entreprise artisanale, notamment en comparaison avec l'aspect économique. Les efforts sur la qualité des eaux de rejets sont réalisés dans le cadre de mises en conformité des équipements ou d'actions menées par les organisations professionnelles (opérations collectives par exemple). Ces efforts sont en général associés aux problématiques telles que les graisses ou les hydrocarbures. Les artisans sont peu conscients des micropolluants contenus dans leurs effluents et de leur devenir.

En bref, les outils de communication à destination des artisans devront être synthétiques pour inclure les différents aspects : définition/réglementation, solutions envisageables avec avantages et inconvénients, possibilités d'accompagnement. Il est préférable de ne pas multiplier les outils de communication mais de privilégier un outil synthétique de référence par métier. La diffusion de ce type d'outil sera tout aussi important que le contenu : pour être connu des artisans, les organisations professionnelles (corporations, chambre des métiers, CCI, syndicats professionnels) devront être associées. Pour cela, nous nous appuierons sur les échanges déjà établis durant la phase technique du projet (étude des solutions de réduction pour 4 métiers).

## **2.3. La cohérence avec les actions menées par la collectivité**

La collectivité intègre la préservation de l'environnement dans de nombreux aspects de sa politique locale. Son territoire jouit d'un cadre exceptionnel (nappe phréatique la plus grande d'Europe, zones humides remarquables, espaces forestiers préservés). Les enjeux environnementaux sont pris en compte dans un maximum de projet : plan climat, plan de déplacements, éco-quartiers, nature et biodiversité en ville, développement de l'économie verte et innovante, etc. Concernant la ressource en eau, la nappe phréatique permet de satisfaire de nombreux usages (agricoles, industriels, eau potable). Il est cependant nécessaire de préserver cette ressource, notamment en mettant en œuvre des actions pour préserver sa qualité.

### **2.3.1. Axe déchets**

Un Plan local de prévention (PLP) a été mené par la collectivité pour réduire les déchets. Il a fait l'objet d'une convention d'objectif avec l'ADEME en 2010 qui prévoyait un objectif de réduction de 7 à 10% à l'horizon 2015 (7% à l'issu du PLP). Une cinquantaine d'actions a été mise en place, portant à la fois sur du changement de pratiques du grand public (ex : distribution de carafes pour préférer l'eau du robinet à l'eau en bouteille) et sur une amélioration du traitement des déchets (ex : développement de filières de responsabilité élargie du producteur – REP). Le périmètre d'action du PLP se limitait aux déchets solides et ne concernait donc pas les micropolluants. En revanche, le projet LUMIEAU-Strasbourg s'appuie sur la méthodologie employée (diagnostic, co-construction d'un plan d'actions, évaluation des actions). Le PLP a également constitué l'opportunité d'établir (ou de renforcer) des liens avec des acteurs du territoire comme des associations ou la filière Eco-DDS.

A l'issue du PLP, l'Eurométropole de Strasbourg a été lauréate de l'appel à projets Territoire Zéro Déchets Zéro Gaspi (TZDZG) de l'ADEME. Cette démarche s'inscrit sur 3 ans et propose un champ d'action plus large que le PLP car elle intègre l'aspect de prévention et la favorisation de l'économie circulaire. Les objectifs chiffrés sont issus de la loi de transition énergétique pour la croissance verte du 17 août 2015 (Assemblée nationale, 2015) : réduction de 10% des déchets

ménagers en 2020, orientation de 65% des déchets ménagers et assimilés vers le recyclage ou la valorisation organique en 2025, recyclage de 70% des déchets du BTP. Les projets LUMIEAU-Stra et la démarche TZDZG sont complémentaires pour améliorer le devenir des déchets liquides :

- Améliorer la lisibilité des filères de récupération des déchets dangereux des ménages en lien avec l'éco-organisme Eco-DDS ;
- Améliorer la lisibilité et l'attractivité des déchetteries professionnelles (pour les artisans notamment).

### 2.3.2. Axe produits phytosanitaires

La démarche de réduction totale de l'usage des produits phytosanitaires pour les espaces publics, dite « Zéro pesticide », a été initiée par les services de la collectivité dès 2008. L'abandon des pesticides s'est traduit pour les agents de la collectivité par l'apprentissage de nouvelles techniques de jardinage, plus naturelles et plus consommatrices de temps. Cette démarche a aussi été l'occasion de mettre en œuvre la gestion différenciée des espaces, en adaptant les besoins en entretien de tel ou tel espace en fonction de ses caractéristiques, son usage et sa fréquentation.

Du point de vue du grand public, l'abandon des pesticides a créé une nouvelle esthétique de l'espace urbain. La végétation se retrouve davantage présente qu'auparavant, du fait de l'adaptation du niveau d'entretien, et les « herbes folles » (et non « mauvaises herbes ») acquièrent leur place dans le paysage urbain. Ces changements ont demandé un temps d'adaptation au grand public. Une phase de sensibilisation a eu lieu pour expliquer les objectifs de ces changements de pratiques : protéger la santé de tous, la nappe phréatique et la biodiversité. Cette sensibilisation a notamment pris la forme d'une exposition « Le retour des herbes folles » (du photographe Vincent Boussez). En complément, des supports de communication (Petit manuel du jardinage au naturel, fiches jardinage au naturel, plaquette Les pesticides on en a plein le nez ?) ont été mis à la disposition du grand public avec l'objectif d'expliquer la démarche, de rappeler les enjeux et de proposer des solutions à chacun pour modifier ses pratiques (Annexe 1).

La démarche mise en œuvre par la collectivité a permis d'anticiper les dernières évolutions réglementaires. En effet, la loi n°2014-110 du 6 février 2014 (Assemblée nationale, 2014) visant à mieux encadrer l'utilisation des produits phytosanitaires au niveau national, dite « loi Labbé », complétée par la loi n°2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte (Assemblée nationale, 2015), prévoit la mise en place de l'objectif « Zéro pesticide » dans les espaces publics à compter du 1er janvier 2017. L'usage des produits phytosanitaires par l'Etat, les collectivités locales et établissements publics sur les espaces verts, les promenades, les forêts, et les voiries (sauf dérogations liées à la sécurité ou des sujétions disproportionnées) accessibles ou ouverts au public, est interdit depuis cette date. Au-delà des collectivités, la vente, l'usage et la détention de produits phytosanitaires par les jardiniers amateurs seront interdites à partir du 1er janvier 2019.

Pour accompagner les collectivités, les Agences de l'eau proposent des aides<sup>1</sup>. En Alsace, via l'opération Commune Nature en partenariat avec la Région, l'Agence de l'Eau Rhin Meuse encourage les communes à progresser vers le « zéro pesticide ». Dans le cadre du 10<sup>ème</sup> programme (2013-2018), les aides peuvent concerner :

- Un appui sur une étape de diagnostic du plan de désherbage et de gestion différenciée (taux d'aide maximum : 80%) ;
- Les investissements sur des outils, des aménagements d'espaces et de lutte biologique (taux d'aide maximum : 60%) ;
- La formation et l'information auprès des chargés d'application et de la population (taux d'aide maximum : 80 et 60%).

### 2.3.3. Axe eau et assainissement

La thématique des micropolluants est peu abordée dans les messages de sensibilisation des collectivités. Des messages de sensibilisation sur les bons gestes pour préserver l'environnement sont inclus dans le règlement d'assainissement de l'Eurométropole de Strasbourg ainsi que sur le

---

<sup>1</sup> Programme d'aide de l'Agence de l'Eau Rhin Meuse pour la démarche Zéro pesticides : [http://www.eau-rhin-meuse.fr/zero\\_pesticide](http://www.eau-rhin-meuse.fr/zero_pesticide)

site internet<sup>2</sup>. Cependant, ces messages ne sont pas suffisamment mis en évidence et visibles auprès du grand public et des entreprises. Ils proposent des solutions de changement de pratique mais sans expliquer les raisons.

En bref, plusieurs actions liées à la thématique des micropolluants ont été menées et des projets connexes sont en cours. Pour être cohérent, notre stratégie de communication doit en tenir compte.

#### **2.4. L'aspect réglementaire et le contexte national sur la thématique des micropolluants**

La réglementation touchant aux micropolluants découle de la Directive cadre sur l'eau (DCE 2000/60/CE ; Union Européenne, 2000) complétée par les directives filles (2455/2001/CE, 2008/105/CE ; Union Européenne, 2001, 2008). Ces directives définissent les substances (prioritaires et prioritaires dangereuses) pour lesquelles des objectifs de réduction, voire de suppression, sont fixés.

En France, dès 2002, le programme RSDE (recherche et réduction des rejets de substances dangereuses dans l'eau) s'est intéressé aux micropolluants dans les rejets des stations de traitement des eaux usées (STEU) et des installations classées pour l'environnement (ICPE (circulaire du 4 février 2002 ; Ministère de l'Environnement, 2002)). Cette action a permis de mieux connaître les substances présentes et leur flux au niveau de ces installations. Une seconde phase a eu lieu suite à la circulaire du 5 février 2009, avec notamment un objectif de suivi des micropolluants déterminés comme étant significatifs et un objectif de proposer des pistes de réduction pour des secteurs industriels (Ministère de l'Environnement, 2009). Une nouvelle phase du programme RSDE a été initiée par la note technique du 12 août 2016 (Ministère de l'Environnement, 2016). D'une part, celle-ci prévoit de rechercher une liste mise à jour de substances au niveau de l'entrée et sortie de la file eau des STEU. D'autre part, pour les micropolluants qui auront été déclarés significatifs, la collectivité, gestionnaire du système d'assainissement devra réaliser une étude diagnostic en amont (au niveau du réseau d'assainissement). Cette étude diagnostic a pour objet d'identifier les principaux émetteurs de substances et de proposer des pistes d'action. Les émetteurs possiblement concernés sont non seulement les établissements industriels mais aussi les artisans, le grand public et les eaux pluviales. Des actions vis-à-vis des industriels peuvent être menées en actionnant des leviers réglementaires et financiers. En revanche, concernant le grand public, les actions vont reposer sur de la sensibilisation et du changement de pratiques. Le projet LUMIEAU-Stra va ainsi permettre à la collectivité d'entamer la sensibilisation et de se doter d'outils de communication efficaces.

En septembre 2016, en France, le Plan national micropolluants (2016-2021)<sup>3</sup> a été lancé. Construit à partir de plans précédents (plan national de lutte contre les PCB, plan national sur les micropolluants, plan national sur les résidus de médicaments), il définit 39 actions visant 3 objectifs :

- ▶ Réduire les émissions de micropolluants ;
- ▶ Consolider les connaissances
- ▶ Prioriser les polluants.

Plusieurs actions prennent en compte l'aspect de communication envers les acteurs de la problématique, notamment le grand public afin d'encourager un changement de comportement et de pratiques. L'action 13, par exemple, s'intitule « améliorer la communication envers le grand public, les professionnels et les collectivités ». Cette action va s'appuyer sur les travaux entrepris par les projets de l'appel à projets « Innovation et changement de pratique : lutte contre les micropolluants dans les eaux urbaines »<sup>4</sup>. Ces projets, résolument tournés vers la réduction à la source, intègrent un volet sociologique concernant les pratiques du grand public. Plusieurs d'entre eux, dont le projet LUMIEAU-Stra, ont pour objectif de sensibiliser à la problématique des micropolluants et de tester des outils de communication.

---

<sup>2</sup> Les bons gestes : <https://www.strasbourg.eu/preserver-ressource-eau-bons-gestes>

<sup>3</sup> Plan National Micropolluants : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/lutte-contre-pollutions-leau#e4>

<sup>4</sup> Appel à projet Micropolluants : <http://www.onema.fr/AAP-micropolluants-eaux-urbaines>

Jusqu'à présent, les actions (amélioration des connaissances, pistes de réduction) concernaient les établissements industriels, étant les émetteurs qui rejettent les plus gros volumes d'effluents dans les réseaux d'assainissement et qui utilisent potentiellement de nombreux produits chimiques. Cependant, Bergé *et al.* (2012) ont montré que les flux de certaines substances (alkylphénols et phtalates) rejetés par les industriels les plus importants sur le territoire parisien représentaient moins de 4% du flux mesuré en entrée d'une STEU. On peut donc faire l'hypothèse que d'autres émetteurs, comme les particuliers, contribuent à ce flux. Pour chacun d'entre nous, les flux de polluants rejetés sont limités mais, à l'échelle du territoire d'une collectivité, ils peuvent être importants. Avec une approche de réduction à la source, les projets se tournent désormais aussi vers le grand public pour traiter de la problématique micropolluants.

## 2.5. Des éléments de bibliographie

Un travail de bibliographie a permis de mettre en évidence la rareté des outils de communication sur les micropolluants réalisés par les collectivités. La plupart des éléments de communication sont généralistes et concernent les bons gestes à adopter sans faire référence au terme micropolluants (ex : lettre du SDEA, Annexe 2). Sur internet, quelques vidéos évoquent les micropolluants (Annexe 3). Elles sont pour la plupart produites par des établissements privés. Elles ont une visée explicative et valorisent les projets de recherche, notamment sur les procédés de traitement au niveau des STEU. D'autres vidéos sont des reportages journalistiques.

Ensuite, la web série Méli-Mélo<sup>5</sup> aborde de nombreuses thématiques en rapport avec l'eau dont la pollution liée aux micropolluants. Les épisodes « de tout petits cachets » et « vive l'herbe libre » alertent sur les problématiques des résidus de médicaments et aux pesticides dans l'eau.

Enfin, des outils de sensibilisation ont été mis en place par certaines collectivités (Figure 1). Par exemple, l'agglomération de Perpignan Méditerranée a utilisé une affiche pour montrer au grand public le lien entre leurs gestes du quotidien et l'impact sur les milieux naturels. Une communication, directement sur les bouches d'égout, est utilisée par la ville de Collioure. En Suisse, les services cantonaux de l'énergie et de l'environnement ont mis en place un site très didactique pour sensibiliser aux micropolluants (entre autres sujets) dans nos produits du quotidien et proposer des solutions et des outils de communication<sup>6</sup>.



Figure 1 : Outils de communication proposés par les villes de Perpignan (à gauche) et de Collioure (à droite)

Auprès des artisans, des outils de communication, peu nombreux, existent, notamment dans le cadre d'opérations collectives (Annexe 4, Annexe 5, Annexe 6). Un document complet de l'ASCOMADE synthétise de nombreux aspects de la problématique des effluents non domestiques<sup>7</sup>. Chaque document est adapté à la situation locale. Notons qu'un guide de

<sup>5</sup> Websérie Méli-Mélo (GRAIE) : <http://www.graie.org/eaumelimelo/Meli-Melo/Espace-telechargement/>

<sup>6</sup> Site des services cantonaux de l'énergie et de l'environnement : <https://www.energie-environnement.ch/maison/micropolluants>

<sup>7</sup> Guide Effluents non domestiques de l'ASCOMADE : <http://www.ascomade.org/upload/ouvrage/1380115479.pdf>



raccordement pour les effluents non domestiques est en cours de préparation dans le cadre de l'action 1 du Plan national micropolluants.

La communication auprès du grand public et des artisans sur les micropolluants est relativement rare, ce qui explique que ce sujet soit peu connu. Les éléments bibliographiques à destination du grand public sont très didactiques. Mais l'encouragement au changement de pratique et la démonstration que ce changement est possible manquent. Concernant les artisans, les documents existants incluent essentiellement des éléments de définition, les références réglementaires et des contacts pour être accompagnés. L'aspect démonstrateurs d'un changement de pratiques doit être davantage mis en avant.

### 3. Adapter les messages aux différents publics

Pour sensibiliser le grand public aux micropolluants, plusieurs approches sont possibles. Tout d'abord, on peut évoquer les micropolluants dans leur globalité en listant toutes les origines possibles. Ensuite, on peut cibler un certain groupe de micropolluants (les résidus pharmaceutiques, les perturbateurs endocriniens par exemple). Enfin, on peut relier les micropolluants aux produits du quotidien qui en contiennent. Cette dernière option est préférable car elle rend la problématique plus concrète. Chacun peut alors matérialiser les micropolluants dans son quotidien et donc comprendre quelles pratiques peuvent être facilement modifiées.

#### 3.1. Les produits du quotidien concernés

Dans notre quotidien, l'ensemble des produits sont concernés. Il peut s'agir de produits chimiques mais aussi de produits dits d'hygiène et utilisés pour notre santé. Les produits concernés sont :

- ▶ Produits ménagers
- ▶ Produits de bricolage
- ▶ Produits phytosanitaires
- ▶ Cosmétiques
- ▶ Médicaments

Suivant chaque catégorie de produit, les solutions de changement de pratique sont plus ou moins accessibles. Par exemple, même si l'on est conscient que les médicaments que nous prenons ont un impact sur l'environnement, il n'est pas aisé de penser qu'on peut s'en passer ou changer pour un médicament moins nocif pour l'environnement. L'aspect de protection de la santé semble primordial. Le projet SIPIBEL/RILACT<sup>8</sup> travaille sur cette problématique en particulier et l'implication de tous les acteurs de la filière pour trouver des solutions de réduction. L'approche pour les médicaments est différente des autres catégories de produits car d'autres acteurs interviennent dans les choix de produits (médecin, pharmacien). Pour les autres catégories, le particulier, en tant que consommateur, choisit lui-même les produits qu'il utilise. Durant le projet LUMIEAU-Stra, nous avons choisi de ne pas travailler de manière approfondie sur les médicaments. En revanche, nous nous inspirerons des conclusions du projet SIPIBEL/RILACT pour traiter de cette problématique dans le futur.

Concernant les cosmétiques, le projet COSMETEAU<sup>9</sup> étudie la mise en œuvre des changements de pratiques. De même, les conclusions de ce projet nous permettront d'alimenter la boîte à outils de solutions en fin de projet.

#### 3.2. Plusieurs niveaux de messages à destination du grand public

Pour chacune des catégories de produits, l'approche doit être adaptée et des propositions de solutions graduelles. La réduction des rejets en micropolluants passe par des changements de comportement et changement de pratiques. Ces changements peuvent être développés suivant 3 axes :

---

<sup>8</sup> Projet SIPIBEL-RILACT : <http://www.graie.org/Sipibel/projets.html#RILACT>

<sup>9</sup> Projet COSMETEAU : <https://www.leesu.fr/Presentation-de-Cosmet-eau>

- ne plus utiliser des produits (et utiliser d'autres méthodes de remplacement) ou réduire les quantités/doses ;
- utiliser des produits plus sains (contenant moins de micropolluants) ;
- mieux gérer les restes de produits chimiques (ne pas les jeter à l'évier mais les diriger vers des filières de traitement).

Il va donc falloir déterminer, pour chaque catégorie de produit, le (ou les) axe(s) le(s) plus pertinent(s) pour le public visé et le rendre réceptif au changement de pratiques.

Précisons également que les solutions toucheront plus ou moins les différentes classes du grand public. Des populations plus précises peuvent être visées : scolaires, étudiants, bricoleurs, précaires, « convaincus » (qui seront des relais au sein de la population).

### ***3.3. Identifier les lieux adéquats pour communiquer***

Plusieurs lieux sont envisageables afin de communiquer vers le grand public. Il y a tout d'abord la rue qui permet d'assurer une grande visibilité mais qui manque d'interactivité. Les mairies constituent ensuite un lieu adéquat pour véhiculer les communications de la collectivité. D'autres lieux en rapport avec la collectivité sont mobilisables : les bibliothèques, les centres socio-culturels, les déchetteries.

Ensuite, les lieux en rapport avec la consommation dans lesquels la valorisation du changement de pratique touchera directement les utilisateurs devront être mis à profit : les magasins de bricolage, les magasins de vente en vrac (proposant des produits pour fabriquer ses produits ménagers ou cosmétiques).

### ***3.4. Les artisans : une cible spécifique***

Le changement de pratique chez les artisans doit s'intégrer dans les contraintes et l'environnement de travail. Les outils doivent démontrer la possibilité d'améliorer ses pratiques sans remettre en cause toute une organisation de travail ni faire d'importants investissements. Le retour d'expérience sur la partie « test des solutions de réduction » dans la cadre du volet artisan du projet est primordial.

Au-delà de l'aspect réglementaire et changement de pratiques, les gains pour une entreprise qui s'engage dans une démarche environnementale doivent être valorisés : argument auprès de la clientèle, bénéfices en termes de santé pour les salariés, avantage concurrentiel pour répondre aux marchés publics.

### ***3.5. Proposer une communication au sein des services de la collectivité***

Communiquer et faire changer les pratiques au sein même des services techniques de la collectivité est primordial. Les services des collectivités ont tendance à être trop cloisonnés et à ne pas suffisamment communiquer ensemble. D'une part, faire connaître le projet LUMIEAU-Stra aux autres services permet de mettre en place des actions (techniques ou de communication) communes avec d'autres projets, par exemple avec la démarche Territoire Zéro Déchets Zéro Gaspi. Ensuite, certains services peuvent améliorer leurs pratiques vis-à-vis de la gestion de leurs effluents : les solutions de réduction testées (dans le cadre du volet artisanat notamment) peuvent être proposées aux services. C'est un moyen de tendre vers l'éco-exemplarité de la collectivité. Enfin, chaque agent de la collectivité est potentiellement un relais pour diffuser les bonnes pratiques et les outils de communication.

## **4. Explorer plusieurs voies de communication**

Comme dit précédemment, la stratégie de communication doit permettre de toucher différents types de cibles, dont certaines sont déjà en partie sensibilisées. Pour cela, plusieurs supports de communication complémentaires peuvent être utilisés.

### ***4.1. Les supports institutionnels***

Les supports habituellement utilisés par la collectivité, facilement accessibles aux citoyens, sont :

- ▶ Le site internet [www.strasbourg.eu](http://www.strasbourg.eu)
- ▶ Le mensuel Eurométropole Mag (distribué à 263 000 exemplaires)
- ▶ Les journaux municipaux des communes (dont Strasbourg Mag distribué à 163 000 exemplaires)

Ces supports garantissent une bonne exposition et matérialise le lien territorial entre les actions de la collectivité et les citoyens. Concernant le site internet, il est très riche, et un contenu particulier risque de ne pas se démarquer et d'atteindre uniquement les personnes qui font des recherches en rapport avec la thématique. Une solution peut consister à utiliser le bandeau d'accueil qui permet de faire défiler plusieurs actualités.

Pour une communication interne aux services, l'intranet (TOTEMS) est un support tout à fait adapté, de même que le magazine des agents de la collectivité (Percussion) ainsi que le tiers lieu collaboratif (TIPI).

## **4.2. Diversifier les voies de diffusion**

La population à atteindre dans le cas de ce type de sensibilisation est locale. Plusieurs médias locaux sont envisageables :

- ▶ Journaux : presse quotidienne régionale (DNA, L'Alsace), journaux gratuits (20 minutes, ...). Il est envisageable d'intégrer des éléments de communication dans les journaux gratuits, notamment via du publishing ou l'achat d'espace. Dans la presse quotidienne régionale, des articles plus généraux sur la problématique du projet ou sur une actualité particulière seront plus adaptés.
- ▶ Radios : radios locales (France Bleue Alsace, TopMusic)
- ▶ Diffusion dans les cinémas : réseau de cinémas strasbourgeois

Ces médias bénéficient d'une large exposition, notamment vers un public novice sur ces sujets. La radio et le cinéma doivent être un moyen de capter l'attention des auditeurs/spectateurs avec des messages courts puis les diriger vers des outils de communication contenant une information approfondie.

## **4.3. Une communication participative/interactive (au plus près des cibles)**

Des voies de communications plus interactives sont à tester afin d'accompagner le grand public à s'engager des changements de pratiques. Cela concerne d'une part l'utilisation des réseaux sociaux de la collectivité. Les réseaux sociaux de la collectivité sont particulièrement suivis (Facebook : 90 000, Twitter : 94 000, Instagram : 15 500) et garantissent une forte exposition. Ils permettent des échanges entre les particuliers à la suite des publications et des retours d'expérience sur les changements de pratique de chacun.

D'autre part, profiter d'événements ponctuels en rapport avec la problématique est une opportunité d'aller au plus près de la population. Par exemple, différents salons ou événements réguliers peuvent être mis à profit :

- ▶ Carrefour des gestions locales de l'eau (janvier)
- ▶ Semaine alternatives aux pesticides (mars)
- ▶ Journée mondiale de l'eau (mars)
- ▶ Journée mondiale de l'environnement (juin)
- ▶ Semaine de réduction des déchets (novembre)
- ▶ Aquaterritorial (septembre)
- ▶ Forum Ville et Eau (octobre)
- ▶ Marché OFF de Noël (décembre)

Ces manifestations demandent des éléments de communication efficaces (stand, kakémonos) et une approche ludique (ateliers). Le public qui y sera présent sera, en majorité, déjà sensible aux problématiques environnementales.



#### **4.4. De l'accompagnement pour les artisans**

Capter le public artisanal est un défi car chaque chef d'entreprise doit intégrer des quantités d'information sur de nombreux sujets pour faire vivre son entreprise. La communication doit donc rester simple et synthétique. Une plaquette regroupant les messages principaux, appuyée par un accompagnement et une explication des organisations professionnelles, semble l'outil le plus adapté.

### **5. Un panel d'actions à mettre en œuvre**

De nombreuses possibilités de communication sont envisageables. Elles doivent entrer en cohérence avec la stratégie de communication actuelle de la collectivité. Une collaboration entre le service technique concerné (dans notre cas le service Eau et Assainissement) et le service communication est nécessaire. De plus, pour garantir cette cohérence, il est pertinent d'échanger de manière transversale avec les autres services traitant de thématiques environnementales (service déchets, services espaces verts, ...).

Le Tableau 1 suivant liste les actions de communication possibles à mettre en place.

**Tableau 1 : Actions de communication possibles**

N°a ctio n	Type de produit	Population cible	Outils	Messages principaux	Commentaires
1	Produits ménagers	Grand public	Affiches, cartes recettes, étiquettes, insertions presse	Montrer la simplicité du changement de pratiques Mettre les solutions à la portée de tous.	Supports réutilisables à plusieurs moments de l'année (osterputz – ménage de printemps, rentrée universitaire, ...).
2	Produits ménagers	Grand public	Page web #menageaunaturel	Montrer la simplicité du changement de pratiques Mettre les solutions à la portée de tous.	Page liée à la page web LUMIEAU-Stra.
3	Produits ménagers	Grand public, précaires, bricoleurs	Ateliers de fabrication de produits ménagers	Montrer la simplicité du changement de pratiques Démontrer la faisabilité Mettre les solutions à la portée de tous.	L'interactivité avec les participants donne l'opportunité d'apporter davantage d'information.
4	Produits phytosanitaires	Grand public, jardiniers	Guide des techniques alternatives	Expliquer l'enjeu du changement de pratiques. Mettre les solutions à portée de tous.	Supports à destination du grand public produit pour valoriser et diffuser la démarche Zéro pesticide. Déjà en place.
5	Produits phytosanitaires + produits bricolage	Grand public, jardiniers, bricoleurs	Brochure bonnes pratiques pour la gestion des restes de produits chimiques	Expliquer le danger des restes de produits chimiques. Expliquer les bonnes pratiques (localisation des points de déchetterie, produits concernés). Proposer d'autres solutions (produits moins dangereux).	Supports à destination du grand public produit dans le cadre du PLP. Déjà en place.
6	Produits phytosanitaires + produits bricolage	Grand public, jardiniers, bricoleurs	Organisation de points de collecte ponctuels	Sensibiliser sur les enjeux. Expliquer les bonnes pratiques (produits concernés).	Les points de collecte ponctuels permettent de se rapprocher de la population. Frein : Inexpérience dans l'organisation de ce genre d'événements, complexité de l'aspect sécurité. Solution : collectes ponctuelles déjà réalisées par EcoDDS. Valoriser/diffuser les informations concernant les points de collecte ponctuels EcoDDS.
7	Produits phytosanitaires	Jardiniers	Ateliers jardinage	Montrer la simplicité du changement de pratiques Démontrer la faisabilité Mettre les solutions à portée de tous.	Déjà en place.
8	Médicaments	Médecins	Reprendre les outils proposés par le projet SIPIBEL-RILACT	Sensibiliser aux résidus de médicaments dans environnement	S'appuyer sur les Réseau Médecins Sentinelles en place sur l'Eurométropole.
9	Cosmétiques	Grand public	Reprendre les outils de Cosmet'eau	Sensibiliser aux résidus de cosmétiques dans environnement	
10	Message global	Grand public, artisans,	Page internet de bons gestes pour	Apporter l'ensemble de l'information sur les bons gestes en lien avec les micropolluants	Prévoir une lecture en fonction du lecteur (particulier, industriel, artisan) et par type

		industriels	l'environnement	(documents, comportements)	de produits. Frein : Difficulté à mettre en place un site totalement dédiée (stratégie de la collectivité de ne pas multiplier les sites). Abandon. Solution : S'appuyer sur le site dédié à la réduction des déchets.
11	Message global	Grand public	Mini-film et spots radios	Interpeller de manière ludique sur les micropolluants (pas d'objectif de pédagogie précise). Montrer que des solutions simples existent.	
12	Message global	Scolaires, jeune génération	Intervention/support auprès des scolaires	Apporter des éléments pédagogiques sur l'eau et les micropolluants Les amener à se poser des questions sur les pratiques dans leur foyer	
13	Message global	Grand public	Articles dans Eurométropole Mag	Apporter des éléments pédagogiques sur l'eau et les micropolluants	Appuyer les articles sur des éléments d'actualité du projet. Visibilité très large.
14	Message global	Services de la collectivité	Interventions	Expliquer le projet (objectifs et actions). Créer des liens avec les autres projets de la collectivité. Proposer et accompagner certains services vers la réduction des rejets en micropolluants.	
15	Message global	Services de la collectivité	Intranet / magazine des agents Percussion / lieu participatif Tipi	Proposer des solutions de réduction et de bonnes pratiques aux agents de la collectivité.	Les agents sont aussi des ambassadeurs des bonnes pratiques.
16	Message global	Artisans	Plaquettes synthétiques	Rappeler les obligations réglementaires. Proposer des solutions et inclure les retours d'expérience des démonstrateurs.	Diffusion en concertation avec les organisations professionnelles.

La stratégie choisie pour le grand public vise à communiquer d'une part par type de produits du quotidien, d'autre part par un message plus global de changement de pratiques.

### 5.1. Les produits ménagers

Le message principal consiste à montrer que changer ses pratiques vis-à-vis des produits ménagers est à la portée de chacun. Le message ne se veut ni alertant ni culpabilisant mais positif et provoquant un sentiment de contrôle pour l'utilisateur du produit ménager. Le niveau de changement de pratique envisageable est élevé car nous avons opté pour encourager la fabrication de produits ménagers. Cet objectif est cohérent dans la mesure où il ne demande que des ingrédients simples, facilement accessibles à l'achat, peu de connaissances spécifiques et pas de budget supplémentaire. La communication doit mettre à portée de chacun les

solutions, c'est-à-dire les recettes de fabrication. La déclinaison des outils se fait de deux manières : une campagne de communication globale assurant une large visibilité (affichage, guides recettes, réseaux sociaux, page web, articles de presse, sport radio) et des ateliers de fabrication comme démonstrateurs de faisabilité. Les ateliers de fabrication, mis en place par des associations, peuvent toucher différents publics : grand public, public précaire, assistantes maternelles et crèches.

**Tableau 2 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits ménagers**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
1	Affiches, cartes recettes, étiquettes, insertions presse	Panneaux d'affichage ville, réseaux sociaux de la collectivité, mairies, magasins de la collectivité, magasins intéressés (ex : magasins de vrac), structures proposant des ateliers (associations) Conférence de presse	Magasins de vrac, associations	Difficulté à évaluer les changements de pratiques qui en découlent.	Conception : 30 000 € Impression : 30 000€ Diffusion : 10 000€	nov-16 avr-17 janv-18	Nombre de guides distribués Nombre de vues sur les réseaux sociaux Nombre de vues insertion presse Nombre d'articles de journaux
2	Page web #menageaunaturel	Site web de la collectivité. Lier la page aux autres supports de communication.		Manque d'interactivité avec les visiteurs de la page.	/	Nov. 16	Nombre d'accès à la page
3	Ateliers de fabrication de produits ménagers	Associations	Associations (dans le cadre de l'appel à projet Education à l'environnement)	Nombre de participants limité par atelier	Montant de la subvention : 8 000€ /association	A partir de janv17, reconduction annuelle	Nombre d'ateliers Nombre de personnes sensibilisées

## 5.2. Les produits de bricolage

Deux messages sont à associer à ce type de produits : favoriser les produits écolabellisés et bien gérer les restes de produits. Ces bons gestes seront retranscrits dans les messages généraux (page web de bons gestes, film à message général). Les filières de gestion des restes de produits existent mais ne sont pas suffisamment connues ni utilisées. La communication devra donc s'axer sur ce point. Les restes de produits de bricolage sont assimilés à des déchets ménagers dangereux. Sur le territoire de l'Eurométropole, 3 points de collecte fixes ont été mis en place par l'éco-organisme EcoDDS. Une brochure expliquant les types de produits à amener et la localisation de ces points de collecte existe, téléchargeable sur le site de l'Eurométropole. Elle doit être valorisée et mise à disposition lors d'événements spécifiques (salons). En complément, des collectes ponctuelles, en collaboration avec les grandes surfaces de consommation, sont envisageables. Cela permet d'aguiller de quantités non négligeables de produits chimiques vers les bonnes filières et de s'assurer de la visibilité pour faire de la sensibilisation. Ces collectes ponctuelles nécessitent cependant des compétences en termes d'organisation, de tri, de sécurité. Il semble préférable de s'appuyer sur les collectes régulièrement organisées par EcoDDS. Leur annonce doit être renforcée et relayée par la collectivité.

**Tableau 3 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits de bricolage**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
5	Brochure bonnes pratiques pour la gestion des restes de produits chimiques	Site web de la collectivité. Mise à disposition lors des salons.	Service collecte des déchets	Pas d'évaluation de l'efficacité de cet outil.	/ (déjà en place)	Déjà en place	Nombre de brochures distribuées
6	Collectes ponctuelles de produits organisés par EcoDDS	Relayer l'information via réseaux sociaux et page d'actualité de la collectivité	EcoDDS, service collecte des déchets	Nombre de collectes limité. Difficulté à accéder aux données d'évaluation des collectes.	/	Déjà en place	Nombre de collectes organisées Quantité de produits collectés

### 5.3. Les produits phytosanitaires :

Deux messages sont à associer à ce type de produits : favoriser les techniques sans produits ou les produits moins nocifs et bien gérer les restes de produits. Ces bons gestes seront retranscrits dans les messages généraux. Comme pour les produits de bricolage, les restes de produits doivent être aiguillés vers les points de collecte d'EcoDDS. Les actions de communication seront donc les mêmes que pour les produits de bricolage.

Pour faciliter le changement de pratique et le jardinage sans produits chimiques, un accompagnement peut être réalisé sous deux formes : un guide des techniques alternatives et des ateliers spécifiques. Ces deux actions sont déjà mises en place par la collectivité. Elles doivent être valorisées et mise en avant lors d'événements et retranscrite dans les actions de communication générales.

**Tableau 4 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits phytosanitaires**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
4	Guide des techniques alternatives	Site web de la collectivité, mairies, lors d'événements ponctuels de sensibilisation, service Environnement et transition énergétique	Service Environnement et transition énergétique	Difficulté à évaluer les changements de pratiques qui en découlent.	/ (déjà en place)	Déjà en place	Nombre de guides distribués
5	Brochure bonnes pratiques pour la gestion des restes de produits chimiques	Site web de la collectivité. Mise à disposition lors des salons.	Service collecte des déchets	Pas d'évaluation de l'efficacité de cet outil.	/ (déjà en place)	Déjà en place	Nombre de brochures distribuées
6	Collectes ponctuelles de produits organisés par EcoDDS	Relayer l'information via réseaux sociaux et page d'actualité de la collectivité	EcoDDS, service collecte des déchets	Nombre de collectes limité. Difficulté à accéder aux données d'évaluation des collectes.	/ (déjà en place)	Déjà en place	Nombre de collectes organisées Quantité de produits collectés
7	Ateliers jardinage	Site CINE Bussièrès	CINE Bussièrès, Service Environnement	Nombre de participants limités par	/ (déjà en place)	Déjà en place	Nombre d'ateliers réalisés Nombre de participants

			et transition énergétique	atelier			
--	--	--	------------------------------	---------	--	--	--

#### 5.4. Les cosmétiques et médicaments :

Les cosmétiques font l'objet du projet COSMET'EAU. Nous nous appuyons sur le retour d'expérience de ce projet pour établir une stratégie de communication.

Concernant les résidus de médicaments, l'approche est particulière dans la mesure où l'aspect santé entre en ligne de compte. Pour cette thématique, nous nous appuyons sur les conclusions du projet SIPIBEL-RILACT en les incluant dans nos messages de bons gestes. Pour toucher les autres acteurs du médicament (médecins, pharmaciens), ce projet a mis en place le site [www.medicamentsdansleau.org](http://www.medicamentsdansleau.org) qui fournit des outils de sensibilisation spécifiques. Nous pourrions y faire référence et les diffuser auprès du réseau de médecins mis en place sur le territoire de la collectivité dans le cadre de la surveillance d'éventuels impacts de la qualité d'eau potable sur les citoyens.

**Tableau 5 :Actions de communication possibles en rapport avec les médicaments et cosmétiques**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
8	Reprendre les outils de SIPIBEL-RILACT	Réseau médecins sentinelles	Réseau médecins sentinelles	Diffusion de l'information limitée dans un premier temps. Limitation à de la sensibilisation.	/	/	Nombre de médecins sensibilisés
9	Reprendre les résultats du projet COSMET'EAU	Grand public	/	/	/	/	/

## 5.5. Un message global

Le message global sera délivré selon deux approches : une approche pédagogique détaillée et une approche plus simple mais qui interpelle le public.

D'une part, l'approche pédagogique a vocation à être précise dans les définitions, à expliquer les enjeux et à rappeler les solutions de changement de pratiques. Elle se traduira par une communication exhaustive via le site internet ainsi que par des articles dans les périodiques locaux (Eurométropole Mag, gazettes communales).

D'autre part, l'approche plus accrocheuse se matérialisera par des mini-films. Son objectif sera d'interpeller le particulier de manière ludique pour l'amener à se poser des questions. Le format sera court, pour ne pas noyer le particulier sous plusieurs messages (la portée pédagogique sera donc limitée). Une diffusion au cinéma (lors des bandes annonces pré-film) permettra de toucher un public qui n'est pas déjà sensibilisé mais qui sera captif.

Une page internet dédiée ne pourra être mise en place du fait de la stratégie de gestion web de la collectivité. En revanche, nous pouvons alimenter le site déjà en place sur la réduction des déchets (dans le cadre de la démarche TZDZG).

**Tableau 6 : Actions de communication possibles en rapport avec un message global**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
10	Page internet de bons gestes pour l'environnement	Page internet sur la réduction des déchets	Service Collecte des déchets	Garantir la connaissance de cette page	/	oct-17	Nombre de visites
11	Mini-Films	Diffusion en cinéma, réseaux sociaux	Diffusion en cinéma, réseaux sociaux	Assurer que le spectateur s'informe ensuite sur les micropolluants .	Conception : 10 000€ Diffusion : 25 000€	Janv-18	Nombre de vues Nombre de personnes ayant retenues un message (enquête post diffusion) Evolution du trafic sur la page Ménage au naturel
11	Spots radio	Diffusion sur radios locales (France Bleue Alsace, TopMusic, ...)	Diffusion sur radios locales (France Bleue Alsace, TopMusic, ...)	Assurer que le spectateur s'informe ensuite sur les micropolluants .	Conception : 5 000€ Diffusion : 5 000€	Janv-18	Nombre de diffusions
12	Intervention/ support auprès des	Ecoles, collèges, CSC, médiathèques, visite STEU	Ecoles, collèges, CSC, médiathèques	Public touché n'est pas le décideur des		En fonction des opportunités.	Nombre d'interventions réalisées



	scolaires			pratiques à la maison. Mais la sensibilisation aura un effet à long terme.			
13	Articles dans Eurométropole Mag	Eurométropole Mag, Strasbourg Mag	Territoire de la collectivité.	Difficultés à évaluer la réception du message.	/		Nombre d'articles parus Nombre de lecteurs potentiels

### 5.1. L'accompagnement des artisans

Les outils de communication à destination des artisans doivent être à la fois exhaustifs et synthétiques. Ils doivent répertorier les informations nécessaires à un artisan pour qu'il comprenne la problématique des micropolluants et qu'il ait des pistes d'action. Un outil simple, sous la forme d'une plaquette, est adapté. Il devra s'appuyer sur les résultats du volet artisanat du projet et être adapté aux différents métiers. Pour que cet outil puisse atteindre le public cible, il devra être diffusé avec l'aide des organisations professionnelles sous la forme qu'elles jugeront la plus adaptée au métier : envoi papier, envoi par mail, présentation lors de réunions d'artisans. Les organisations professionnelles devront obligatoirement pouvoir expliquer les messages de l'outil aux artisans. Une opération collective améliorerait la diffusion des changements de pratiques et leur suivi.

**Tableau 7 : Actions de communication possibles auprès des artisans**

N° action	Outils	Media de diffusion	Acteurs à associer	Limites de l'outil	Budget	Calendrier	Indicateurs de performance
16	Plaquette adaptée à chaque métier	Organisations professionnelles	Organisations professionnelles, CNIDEP, Chambre des métiers, CCI	Difficulté à dénombrer les changements de pratiques	Conception : 2 000€ Impression : 5 000€	oct-18	Nombre de plaquettes diffusées. Nombre d'artisans ayant changé leurs pratiques.

## 6. Conclusion

La problématique micropolluants est peu connue du grand public. La population n'est pas forcément consciente d'être émettrice de ce type de pollution. L'état des lieux actuel concernant les outils de communication relatifs aux micropolluants pour sensibiliser le grand public montre qu'ils sont peu nombreux. Concernant les artisans, quelques documents, dans le cadre d'opérations collectives, ont été trouvés.

L'objectif du projet LUMIEAU-Stra est de proposer un panel d'outils de communication complémentaires, permettant de toucher différentes cibles. Pour cela, l'approche consiste à multiplier les supports de communication et donc la possibilité d'être vu. Ceux-ci vont combiner deux axes d'entrée : un message global sur les micropolluants et l'assainissement et un message par type de produits. Cette dernière approche rendra plus concrètes les solutions proposées.

Pour développer ces outils, il est nécessaire de nous appuyer sur les outils déjà en place au sein de la collectivité et éventuellement de réactiver leur diffusion. Les nouveaux outils développés devront être cohérents avec ces derniers, de même qu'avec les autres projets de la collectivité.

Une évaluation des outils permettra de tirer les conclusions quant à leur efficacité, à leur facilité de mise en œuvre, à leur rapport coût/bénéfices et à leur capacité à être pérennisés.

## 7. Sigles & Abréviations

**ADEME** : agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

**BTP** : bâtiment travaux publics

**CNIDEP** : centre national d'innovation pour le développement durable et l'environnement dans les petites entreprises (pôle environnement de la chambre des métiers de Meurthe-et-Moselle)

**COSMETEAU** : projet sur les changements de pratiques pour les produits cosmétiques : des lanceurs d'alerte aux impacts sur les milieux aquatiques

**EcoDDS** : Eco-organisme chargé des déchets dangereux des ménages

**GESTE** : Unité de recherche pour la gestion territoriale de l'eau et de l'environnement

**GRAIE** : groupe de recherche Rhône-Alpes sur les infrastructures de l'eau

**LUMIEAU-Stra** : projet de Lutte contre les micropolluants dans les eaux urbaines à Strasbourg

**PLP** : plan local de prévention

**TZDZG** : démarche territoire zéro déchet zéro gaspi

**SDEA** : syndicat des eaux et de l'assainissement Alsace-Moselle

**SIPIBEL-RILACT** : projet sur les risques et leviers d'actions relatifs aux rejets de médicaments, détergents et biocides dans les effluents hospitaliers et urbains

**STEU** : station de traitement des eaux usées

## 8. Bibliographie

**Assemblée nationale, 2015** : Loi n° 2014-110 du 6 février 2014 visant à mieux encadrer l'utilisation des produits phytosanitaires sur le territoire national. Journal officiel du 8 février 2014, p 2313.

**Assemblée nationale, 2015** : Loi n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte. Journal officiel du 18 août 2015, p 14263.

**Union européenne, 2000** : Directive 2000/60/CE du parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2000 établissant un cadre pour une politique communautaire de l'eau. Journal officiel n° L 327 du 22 décembre 2000.

**Union européenne, 2001** : Décision 2455/2001/CE du 20 novembre 2001 établissant la liste des substances prioritaires dans le domaine de l'eau et modifiant la Directive 2000/60/CE. Journal officiel n° L 331 du 15 décembre 2001.

**Union européenne, 2008** : Directive 2008/105/CE du 16 décembre 2008 établissant des normes de qualité environnementale dans le domaine de l'eau, modifiant et abrogeant les directives du Conseil 82/176/CEE, 83/513/CEE, 84/156/CEE, 84/491/CEE, 86/280/CEE et modifiant la directive 2000/60/CE. Journal officiel n° L 348 du 24 décembre 2008.

**Ministère de l'environnement, 2002** : Circulaire du 04/02/02 relative à l'action nationale de recherche et de réduction des rejets de substances dangereuses dans l'eau par les installations classées. Non paru au Journal officiel.

**Ministère de l'environnement, 2009** : Circulaire du 5 janvier 2009 relative à la mise en œuvre de la 2ème phase de l'action RSDE pour les ICPE soumises à autorisation. Non paru au Journal officiel.

**Ministère de l'environnement, 2016** : Note technique du 12 août 2016 relative à la recherche de micropolluants dans les eaux brutes et dans les eaux usées traitées de stations de traitement des eaux usées et à leur réduction. Non paru au Journal officiel.

**Bergé, A., 2012** : Identification des sources d'alkylphénols et de phtalates en milieu urbain – comparaison des rejets à dominante urbaine (domestique) par rapport à des rejets purement industriels. Spécialité Sciences de l'univers et environnement. Université Paris Est. Doctorat soutenu le 16 novembre 2012. 294 p.

**GRAIE**. Websérie Mélio-Mélo. Disponible sur <http://www.graie.org/eaumelimelo/Meli-Melo/Accueil/>

**Services cantonaux de l'énergie et de l'environnement (Suisse)**. Disponible sur <https://www.energie-environnement.ch/>

**Pierrette M., Heitz C., Barbier R., 2017**. Rapport de synthèse – Les représentations du « tout-à-l'égout » : analyse sociopsychologique des perceptions et des intentions comportementales. Projet LUMIEAU-Stra. 100 p.

## 9. Table des illustrations

Figure 1 : Outils de communication proposés par les villes de Perpignan (à gauche) et de Collioure (à droite)..... 13

Tableau 1 : Actions de communication possibles .....	18
Tableau 2 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits ménagers .....	20
Tableau 3 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits de bricolage .....	21
Tableau 4 : Actions de communication possibles en rapport avec les produits phytosanitaires .....	22
Tableau 5 : Actions de communication possibles en rapport avec les médicaments et cosmétiques..	23
Tableau 6 : Actions de communication possibles en rapport avec un message global.....	24
Tableau 7 : Actions de communication possibles auprès des artisans.....	25

## Annexe 1: Supports de communication en rapport avec la démarche Zéro pesticides et le jardinage au naturel



Petit manuel du jardinage naturel (1<sup>ère</sup> et 4<sup>ème</sup> de couverture)



Exposition « le retour des herbes folles » (affiche)





## Plaquette « Les pesticides ont en a plein le nez »

L'ensemble des éléments sont accessibles via : <https://www.strasbourg.eu/zero-pesticide>

## → ZOOM SUR... LE SDEA, À VOTRE DISPOSITION 24H/24, 7J/7

Pour faire face aux situations d'urgence, même en dehors des périodes ouvrées, le SDEA s'engage à assurer un service public réactif et en continu, grâce à une permanence opérationnelle.

- Vous avez un problème technique (Bors abonnement, facturation, débranchement de branchement...) ?
- Votre eau est d'une couleur ou d'une odeur inhabituelle ?
- Vous manquez d'eau ?
- Vos installations sont bouchées sur la partie publique d'assainissement ?

Réussir pour assister et se réactiver, c'est la fin pour ses clients et ses élus. Le Service d'Urgence du SDEA est accessible par téléphone depuis un numéro unique, local et entièrement dédié.

Une équipe pluridisciplinaire sur tout le territoire, composée d'experts techniques, traite l'ensemble

**CARACTÈRES CLÉS EN 2014**

SDEA : services créés  
SDEA : les personnes étonnées  
SDEA : la satisfaction

---

**DOS INSTALLATIONS SUPPLÉMENTAIRES EN PRIÉTÉ**

Le fonctionnement de près de 300 ouvrages du SDEA est assuré en temps réel par un système de télégestion et de supervision centralisée.

En cas de dysfonctionnement, les alertes et des alarmes sont générées ; les équipes d'intervention sont immédiatement mises en route pour intervenir efficacement.

# LA LETTRE DU SDEA

## AUTOMNE-HIVER 2015

**Dossier**  
Le SDEA : votre conseil au quotidien

**ZOOM SUR...**  
Le SDEA, à votre disposition 24H/24, 7J/7





### QUESTIONS À FRANCK PERRU

**Comment fonctionne la permanence au SDEA ?**

Chaque semaine 24/24 et 365 jours par an, un spécialiste assure d'être disponible et d'un groupe de service constitué d'un minimum de 10 personnes par semaine. Les agents SDEA sont reconnaissables grâce à leur tenue et à leur badge professionnelle.

**Combien d'interventions d'urgence sont réalisées ?**

Parallèlement au développement du territoire de compétence du SDEA, mais aussi à la modernisation des ouvrages et notamment à leur télégestion intégrée, les sollicitations ont fortement progressé ces dernières années, passant de 5500 en

**CO-PILOTE EN PROCESSUS PERMANENCE**

2004 à plus de 6000 en 2014. L'ensemble des demandes a été pris en charge efficacement par la permanence, comme cela va être vérifié à travers des indicateurs de suivi technique et les retours des analyses de satisfaction.

Ce haut niveau de performance repose essentiellement sur la forte implication des agents du SDEA et l'attribution permanente de notre organisation.

---

**Votre téléphone ?**  
**CONTACTEZ LE : 03 68 19 97 00**

Le SDEA ne déplace chez vous...  
→ 1 heure pour l'eau potable  
→ 3 heures pour l'assainissement

## LE SDEA VOUS ACCOMPAGNE DANS VOS DEMARCHES

Afin de vous rendre la meilleure service possible, le SDEA se tient à votre écoute, répond à vos questions et vous aide à mieux comprendre le fonctionnement de votre compteur d'eau.



**LIRE VOTRE COMPTEUR**

Il est très simple de lire votre compteur. Il suffit de souligner la couverture de votre compteur :

→ Les chiffres sur fond noir indiquent la consommation en m³ qui vous est facturée.

→ Les chiffres sur fond rouge (des chiffres décimaux litres) vous indiquent le litrage que sur votre facture mais vous servent à surveiller votre consommation.

## RELEVET VOTRE INDEX DE CONSOMMATION

Grâce à la radio-relevé, technologie de pointe en cours de déploiement sur tout le territoire, l'agent SDEA peut relever à distance votre compteur sans entrer dans votre domicile. Une fois ce type de compteur moderne en place, votre présence n'est plus obligatoire.

**Vous ne bénéficiez pas encore de la radio-relevé ?**

Un agent SDEA sonne à votre porte pour relever votre compteur. En cas d'échec, il vous laisse un peu de temps avant de repasser. Si après deux passages de son second passage, il vous délivre une carte d'identification à compléter et à nous retourner par courrier.

À défaut d'un relevé par votre seul SDEA, votre facture sera bloquée sur une estimation.

**TRANSFÉRER VOTRE INDEX DIRECTEMENT EN LIGNE**

Vous pouvez transférer votre index directement sur [www.sdea.fr](http://www.sdea.fr).

**UN SERVICE DE PRODIGES ÉTENDU DU CACAO À LA MOELLE**

Depuis le 1er janvier 2015, le SDEA intervient sur le réseau de distribution des eaux usées du Département du Calvados, du Pays de Bocca. A cet effet, une section SDEA a été créée à Bocca.

→ DOSSIER

## LE SDEA VOUS CONSEILLE AU QUOTIDIEN

Pour vous aider à mieux maîtriser votre budget eau et gérer votre consommation, le SDEA vous propose des conseils pratiques. En adoptant des gestes simples et en changeant vos habitudes, vous pouvez consommer consciemment à l'adresse de l'Association de l'environnement, tout en allégeant votre facture d'eau et d'assainissement.

### PRÉFÉREZ L'EAU DU ROBINET À L'EAU EN BOUTEILLE

- **L'EAU DU ROBINET EST :**
- **ÉCONOMIQUE :** 200 à 3000 euros moins que l'eau en bouteille.
- **ÉCOLOGIQUE :** sans les déchets plastiques, gaspillage de pétrole, filtres ou supports des bouteilles d'eau.

Eau du robinet, eau minérale ou eau de source, il n'y a aucune différence pour votre santé. Parvienne hygiène, saines, exemptes, pures, entières... tout le monde peut boire l'eau du robinet car elle répond à de nombreuses paramètres de qualité sanitaire, définies par l'Organisation Mondiale de la Santé. Ces paramètres ont été établis en tenant compte de la sensibilité des populations les plus vulnérables, dont notamment les nourssaes. Les vérifications de la qualité de l'eau du robinet par l'Agence Régionale de Santé (ARS) effectuées régulièrement sur une période de contrôle sanitaire réglementaire, au sein du SDEA (SRD) achèvent les consommateurs assurés par un acte de l'autorité, la factu de l'eau du robinet n'est donc pas la plus mauvaise.

### LE SAVIEZ-VOUS ?

- Dans l'eau, calcium et calcium ?
- L'absence de calcium dans l'eau du robinet est une erreur. Le calcium est présent dans l'eau du robinet à un niveau de 100 à 150 mg par litre pour une consommation de 15 à 20 litres par jour.
- Vous n'avez pas de goût de calcium ?
- Même sans goût, le calcium est présent dans l'eau. Le calcium est présent dans l'eau du robinet à un niveau de 100 à 150 mg par litre pour une consommation de 15 à 20 litres par jour.

### ADOPTER LES BONS GESTES

Le robinet d'assainissement est appelé à tort « tout à l'égout », car il est en fait destiné à tout recevoir. La composition des eaux usées est en effet très importante pour une épuration efficace avant rejet au milieu naturel. Vous pouvez améliorer une liste de produits qui ne doivent pas être versés dans les égouts, notamment les médicaments et les produits ménagers. Les produits ménagers sont les produits, détergents et produits de nettoyage. Ces gestes simples et les mesures permettent aux stations d'épuration de continuer à fonctionner correctement et efficacement pour le confort de chacun et la préservation de l'environnement.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

#### TYPES DE PRODUITS

Épices, fruits et légumes

Les substances chimiques (produits ménagers, détergents, produits ménagers)

Les médicaments

Les huiles et les graisses (huile, crème, beurre, margarine)

Les objets solides (verres, bouteilles, déchets, etc.)

Les objets solides (verres, bouteilles, déchets, etc.)

#### QU'EST-CE QUE ?

Compagnie de déchets ménagers

Déchetterie

Pharmacie

Déchetterie

Pharmacie

Pharmacie

→ PRATIQUE

## MIEUX MAÎTRISER VOTRE CONSOMMATION

Chaque mètre cube d'eau consommé coûte environ 100 à 150 euros. Pour vous aider à mieux maîtriser votre consommation, le SDEA vous propose des conseils pratiques. En adoptant des gestes simples et en changeant vos habitudes, vous pouvez consommer consciemment à l'adresse de l'Association de l'environnement, tout en allégeant votre facture d'eau et d'assainissement.

### La famille Dupont qui consomme

Tous sont satisfaits et à l'aise dans leur logement. Ils ont même eu la chance d'être élus « famille modèle ».

OU

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Le SDEA vous propose de connecter votre eau au SDEA.

Pour plus d'économies, faites la chasse au gaspillage !

➤ **EN SAVOIR ?** Consultez notre documentation dédiée et indiquez votre consommation d'eau mensuelle sur [www.sdea.fr](http://www.sdea.fr)

Carole de Friez, Responsable du Service Client SDEA

Après la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Région

MAÎTRISER LA CONSOMMATION D'EAU, EST-CE POSSIBLE ?

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.

Voilà, voilà, voilà les consommateurs à l'heure de la consommation d'eau.



### Annexe 3: Listes des vidéos relatives à l'assainissement et aux micropolluants

<http://www.graie.org/eaumelimelo/Meli-Melo/Espace-telechargement/>

Sujet : nombreux thèmes en rapport avec l'eau

Auteur : GRAIE

[https://www.youtube.com/watch?v=FQvYOqb\\_5Zg&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=FQvYOqb_5Zg&feature=youtu.be)

Sujet : Film sur l'élimination des micropolluants par procédés d'oxydation

Auteur : Suez

<https://www.youtube.com/watch?v=a5Z5WTSbJ48>

Sujet : définition d'un micropolluant

Auteur : Suez

<https://www.youtube.com/watch?v=s6Bs9i-NJR0>

Sujet : projet de recherche sur les zones de rejets végétalisées

Auteur : Actu environnement

<https://www.youtube.com/watch?v=EJgoVtdK5ok>

Sujet : résultats du projet AMPERES

Auteur : Suez

<https://www.youtube.com/watch?v=YhaScVOW3GI>

Sujet : collecte et traitement des eaux usées

Auteur : Veolia

<https://www.youtube.com/watch?v=RHjKbcMpAj0>

Sujet : stratégie de lutte contre micropolluants dans le fleuve Rhône

Auteur : Fédération développement durable des régions de montagne Suisse

<https://www.youtube.com/watch?v=JKfpyfPhRSA>

Sujet : innovations pour lutter contre micropolluants

Auteur : Futuremag (Arte)

<https://www.youtube.com/watch?v=cyJc0g0weK0>

Sujet : les micropolluants

Auteur : Suez

<https://www.youtube.com/watch?v=UjZaUQR5Pck&feature=youtu.be>

Sujet : l'eau dans la ville

Auteur : Centre d'information sur l'eau

<http://videos.strasbourg.eu/video/-/view/886980/le-cycle-des-eaux-usees-a-strasbourg>

Sujet : le service public d'assainissement

Auteur : Eurométropole de Strasbourg

## Annexe 4: Plaquette à destination des professionnels : gérez vos déchets dangereux pour l'eau (SDEA)

### IMPLANTATION DU SDEA DANS LE BAS-RHIN

**AIDES FINANCIÈRES DE L'AGENCE DE L'EAU**

Les entreprises sont éligibles à l'aide financière de l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse pour la partie des actions de réduction des émissions de pollution. Les entreprises sont éligibles à l'aide financière de l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse pour la partie des actions de réduction des émissions de pollution. Les entreprises sont éligibles à l'aide financière de l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse pour la partie des actions de réduction des émissions de pollution.

### GARAGISTES MÉCANIQUE ET CARROSSERIE

#### QUI EST CONCERNÉ ?

Les entreprises dont l'activité est l'entretien, la réparation et la peinture de véhicules routiers.

#### VOS OBLIGATIONS

- Gérer de manière conforme vos déchets.
- Ne pas rejeter de produits toxiques, acides, ou basiques dans le réseau.
- Ne pas rejeter d'hydrocarbures dans le réseau (sauf de lavage, parking).
- Abiter les déchets comme les eaux de ruissellement (pluie).

#### QUELLES MESURES DEVEZ-VOUS METTRE EN PLACE ?

- Stockage des produits liquides (huile, diluant, etc.) et usage.
- Utiliser des produits de substitution moins nocifs pour l'environnement (ex : la technique de dégraissage sans solvant).
- Conclure des contrats d'enlèvement des déchets dangereux avec des prestataires spécialisés.
- Prétraiter les eaux des voies de circulation (séparation d'hydrocarbures + compartiment déboureur).
- Entretenez vos dispositifs de prétraitement.

#### CONTACTS ET ASSISTANCE

Le SDEA est présent pour vous aider et vous informer sur les dispositions à prendre pour respecter la réglementation en vigueur. Il pourra si nécessaire vous demander de mettre en place des équipements particuliers ou une assistance technique de déversement.

### MÉTIER DE BOUCHE, RESTAURATION

#### QUI EST CONCERNÉ ?

Les entreprises artisanales de charcuterie-traiterie, de restauration-préparation de plats à emporter et de restauration collective.

#### VOS OBLIGATIONS

- Gérer de manière conforme les rejets gras/liquides (graisse ou huile de friture).
- Ne pas verser les déchets liquides à l'égout.
- Prétraiter les effluents avant le rejet dans le réseau d'assainissement.
- Déclarer votre activité (formulaire disponible auprès du SDEA).

#### QUELLES MESURES DEVEZ-VOUS METTRE EN PLACE ?

- Conclure des contrats d'enlèvement des déchets contre des certificats d'enlèvement.
- Réaliser un prétraitement de type bac à graisses.
- Conclure des contrats d'entretien de dispositifs de prétraitement contre des certificats d'enlèvement.
- Trier et jeter collectivement des déchets dans les poubelles ad-hoc.

#### CONTACTS ET ASSISTANCE

Le SDEA est présent pour vous aider et vous informer sur les dispositions à prendre pour respecter la réglementation en vigueur. Il pourra si nécessaire vous demander de mettre en place des équipements particuliers ou une assistance technique de déversement.

### Professionnels : Gérez vos déchets dangereux pour l'eau

#### EXPERTISE

Les entreprises susceptibles de rejeter des déchets dangereux pour l'eau.

#### VOS OBLIGATIONS

- Gérer de manière conforme vos déchets dangereux et non dangereux.
- Ne pas rejeter les produits toxiques, acides, ou basiques, dans le réseau d'assainissement.
- Limiter les charges rejetées.
- Ne pas rejeter d'hydrocarbures dans le réseau d'assainissement (sauf de lavage, parking, ou de déchargement).
- Déclarer vos activités (formulaire disponible auprès du SDEA).

#### QUELLES MESURES DEVEZ-VOUS METTRE EN PLACE ?

- Conclure des contrats d'enlèvement des déchets contre des certificats d'enlèvement.
- Réaliser les effluents dangereux à la source ou prétraitement.
- Déclarer la pollution rejetée par prétraitement.
- Prétraiter les eaux des voies de circulation (séparation d'hydrocarbures + compartiment déboureur).
- Entretenez vos dispositifs de prétraitement.
- Cover les sites de stockage des déchets pour éviter les pollutions par ruissellement.
- Prendre contact avec la SDEA pour autoriser les rejets au réseau public d'assainissement.

#### CONTACTS ET ASSISTANCE

Le SDEA est présent pour vous aider et vous informer sur les dispositions à prendre pour respecter la réglementation en vigueur. Il pourra si nécessaire vous demander de mettre en place des équipements particuliers ou une assistance technique de déversement.

### LES STATIONS D'ÉPURATION

Une station d'épuration fonctionne en général sur le principe des deux activités distinctes : les organismes vivants qui éliminent la pollution domestique sont très sensibles aux produits dangereux. Le rejet des eaux traitées dans le milieu naturel et l'élimination des sous-produits (boues d'épuration, sables, flocs) à des réglementations très strictes. Le rejet d'un produit interdit dans le réseau peut donc engendrer une pollution du milieu naturel et un surcoût de fonctionnement important pour la collectivité récipiendaire de l'usage.

**ATTENTION : il est interdit de verser des déchets dangereux au réseau d'assainissement, au milieu naturel ou aux autres milieux.**

### LES PRODUITS DANGEREUX

Les substances et les préparations sont considérées comme dangereuses quand elles appartiennent à l'une des catégories de danger figurant dans la liste ci-dessous : Explosif, Corrosif, Irritant, Inflammable, Toxique, Nocif, etc.

En complément de l'étiquetage, chaque produit dispose d'une fiche de Données de Sécurité (FDS) qui fournit des informations concernant les dangers pour la santé et l'environnement liés à son utilisation, son stockage et son élimination.

### GÉRER DE MANIÈRE CONFORME LES DÉCHETS

Le producteur de déchets est responsable de ces derniers jusqu'à leur élimination finale. Pour cela, il est important de stocker puis faire éliminer vos déchets dangereux par des prestataires agréés qui doivent transmettre un Bordereau de Suivi des Déchets Dangereux (BSDD) de leur enlèvement et élimination finale. Ces BSDD sont à conserver au moins 5 ans. Un registre des déchets doit être tenu obligatoirement.

### L'ARTISANAT

#### QUI EST CONCERNÉ ?

Toutes les entreprises artisanales inscrites au registre des entreprises.

#### VOS OBLIGATIONS

- Gérer de manière conforme vos déchets dangereux et non dangereux.
- Ne pas rejeter les produits toxiques, acides, ou basiques, dans le réseau d'assainissement.
- Ne pas rejeter d'hydrocarbures dans le réseau (sauf de lavage, parking, ou de déchargement).
- Abiter les déchets comme les eaux de ruissellement (pluie).

#### QUELLES MESURES DEVEZ-VOUS METTRE EN PLACE ?

- Conclure des contrats d'enlèvement des déchets contre des certificats d'enlèvement.
- Réaliser les effluents dangereux à la source ou prétraitement.
- Prétraiter les eaux des voies de circulation (séparation d'hydrocarbures + compartiment déboureur).
- Entretenez vos dispositifs de prétraitement.
- Couvrir les sites de stockage des déchets pour éviter la pollution par ruissellement.

#### CONTACTS ET ASSISTANCE

Le SDEA est présent pour vous aider et vous informer sur les dispositions à prendre pour respecter la réglementation en vigueur. Il pourra si nécessaire vous demander de mettre en place des équipements particuliers ou une assistance technique de déversement.

### L'INDUSTRIE

#### QUI EST CONCERNÉ ?

Les entreprises susceptibles de rejeter des déchets dangereux pour l'eau.

#### VOS OBLIGATIONS

- Gérer de manière conforme vos déchets dangereux et non dangereux.
- Ne pas rejeter les produits toxiques, acides, ou basiques, dans le réseau d'assainissement.
- Limiter les charges rejetées.
- Ne pas rejeter d'hydrocarbures dans le réseau d'assainissement (sauf de lavage, parking, ou de déchargement).
- Déclarer vos activités (formulaire disponible auprès du SDEA).

#### QUELLES MESURES DEVEZ-VOUS METTRE EN PLACE ?

- Conclure des contrats d'enlèvement des déchets contre des certificats d'enlèvement.
- Réaliser les effluents dangereux à la source ou prétraitement.
- Déclarer la pollution rejetée par prétraitement.
- Prétraiter les eaux des voies de circulation (séparation d'hydrocarbures + compartiment déboureur).
- Entretenez vos dispositifs de prétraitement.
- Cover les sites de stockage des déchets pour éviter les pollutions par ruissellement.
- Prendre contact avec la SDEA pour autoriser les rejets au réseau public d'assainissement.

#### CONTACTS ET ASSISTANCE

Le SDEA est présent pour vous aider et vous informer sur les dispositions à prendre pour respecter la réglementation en vigueur. Il pourra si nécessaire vous demander de mettre en place des équipements particuliers ou une assistance technique de déversement.

## Annexe 5 : Plaquette à destination des professionnels du nettoyage (CISALB)



# Professionnels du nettoyage

## Agissons ensemble

pour notre environnement

# Les bons gestes



### Quels produits ?

Le choix du produit de nettoyage est le premier geste pour protéger la santé et l'environnement. Plusieurs produits respectent l'Éco Label européen, seul garant d'une réduction d'impact. Pour autant, dans un produit écologique il reste des substances chimiques à manipuler avec précautions. Elles ne sont pas sans danger pour l'environnement.



😊

😐

😞



### Où rejeter les eaux de lavage ?



**sanitaires évier**

**station d'épuration**

**Toujours rejeter au réseau d'eaux usées (sanitaires, évier...). Ces eaux usées sont traitées par les stations d'épuration.**



**produits**

**surfaces enherbées graviers**

**infiltration = réduction de la pollution par le sol**

**À défaut, en cas d'absence de point de rejet au réseau d'eaux usées, le rejet sur une surface enherbée ou gravillonnaire est préconisé.**



**avaloirs et grilles d'eau pluviale**

**lac du Bourget**

**Quel que soit le produit, ne jamais rejeter au milieu aquatique, directement ou via les eaux pluviales (grilles, avaloirs...). Si aucune autre solution n'est possible, contactez votre collectivité afin de définir la solution la moins impactante.**



**Pour toute information, contactez :**









## Annexe 6 : Plaquette à destination des professionnels (CCI Territoire de Belfort)

### LES BONNES PRATIQUES DE GESTION DES EAUX EN ENTREPRISE

Les ressources en eau ne sont pas inépuisables : il est indispensable de ne pas les gaspiller. En tant qu'entreprise, vous pouvez agir à la fois sur vos consommations et sur la qualité de vos rejets.

#### CONSEILS PRATIQUES

Vous pouvez agir à plusieurs niveaux :

##### NIVEAU 1 : LA RÉDUCTION DES POLLUTIONS À LA SOURCE

Il existe une multitude de procédés de réduction à la source :

- utilisation de technologies propres,
- la révision des choix de matières premières (remplacer un produit polluant par un produit moins polluant),
- la séparation des circuits (eaux de refroidissements, de fabrication, pluviales) et la séparation des effluents de natures différentes.

##### NIVEAU 2 : LA PRÉVENTION ET LE TRAITEMENT DES POLLUTIONS

La prévention des pollutions passe par :

- le stockage des produits chimiques sur bacs de rétention,
- une utilisation des produits dans le respect des doses d'utilisation,
- l'élimination des déchets dangereux vers les filières agréées (ne jetez aucun déchet liquide sur le sol ni dans les égouts),
- le stockage des déchets à l'abri et sur rétention,
- la prévention de tout écoulement accidentel, et le cas échéant le traitement.

##### NIVEAU 3 : LES ÉCONOMIES D'EAU

Vous pouvez agir :

- en luttant contre les fuites et en entretenant la robinetterie,
- en installant des dispositifs favorisant les économies d'eau (mousseurs aérateurs sur les robinets, toilettes à double chasse d'eau...),
- en sensibilisant le personnel (signaler les fuites, éviter les consommations inutiles...).

#### RAPPEL RÉGLEMENTAIRE : L'AUTORISATION DE DÉVERSEMENT

Le déversement des eaux usées non domestiques dans un réseau d'assainissement public doit obligatoirement être autorisé par la collectivité gestionnaire des réseaux d'assainissement. Cette autorisation fixe les caractéristiques quantitatives et qualitatives que doivent présenter les effluents pour être déversés au réseau d'assainissement.

#### CONTACTS :

**CCI TERRITOIRE DE BELFORT**  
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU TERRITOIRE DE BELFORT  
1 rue du Docteur Fréry  
CS 50199  
90004 BELFORT cedex  
Tél. 03 84 54 54 54  
cci@belfort.cci.fr  
www.belfort.cci.fr

OK pour BAT 9/04/2015  
Aline Dougoud

La CCI accompagne les entreprises pour la rédaction et le dépôt des dossiers de demandes de subventions.

**COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION BELFORTAINE**  
Place d'Armes  
90000 BELFORT  
Mélane SANDOZ  
Cellule Conventions de rejets des industriels  
Tél. 03 84 90 11 99

**PARTENAIRES FINANCIERS ET TECHNIQUES :**  
agence l'eau  
Fédération des Industries de Belfort

### COMMENT LIMITER LES REJETS POLLUANTS DANS LE MILIEU NATUREL ?

## GUIDE DE VALORISATION DES BONNES PRATIQUES

La qualité des eaux et des milieux aquatiques est particulièrement sensible aux pollutions toxiques et aux substances dangereuses générées par les activités économiques. Les pouvoirs publics se sont attachés, dans un premier temps, à réduire les pollutions les plus significatives.

Aujourd'hui, c'est la multiplicité des rejets polluants des petites et moyennes entreprises (stockage de déchets polluants pour l'eau, eaux de lavage des sols, nettoyage des outils, égrenures d'huile au sol, renversements accidentels de produits chimiques...) qui doit être limitée.

#### OPÉRATION COLLECTIVE DE RÉDUCTION DES POLLUTIONS TOXIQUES SUR LE TERRITOIRE DE LA CAB :

Le territoire de la Communauté d'Agglomération Belfortaine (CAB) – 35 communes, 100 000 habitants – est d'autant plus sensible aux pollutions toxiques susceptibles d'être rejetées dans son milieu naturel que les rivières, en particulier la Savoureuse, sont situées en tête de bassin versant. Soucieuse de cette problématique, la CAB s'est engagée dans une opération collective en collaboration avec l'Agence de l'eau RMC, le Conseil Général 90, l'ASCOMADE et la Chambre de Commerce et de l'Industrie du Territoire de Belfort, afin de lutter contre les pollutions diffuses. Dans le cadre de ce programme, toutes les entreprises installées sur ce territoire (industries, commerces, entreprises de services) peuvent bénéficier de subventions de la part de l'Agence de l'eau RMC, pour tout type d'investissement lié à la réduction des pollutions.

Afin de faciliter l'accès à ce dispositif financier, la CCI du Territoire de Belfort accompagne les entreprises, pour la rédaction et le dépôt des dossiers de demandes de subvention.

**BÉNÉFICIEZ D'UNE SUBVENTION ALLANT JUSQU'À 60% DU MONTANT DE VOS INVESTISSEMENTS !**

(C) 2015 Agence de l'eau RMC - 10 rue de la République - 90000 BELFORT  
(2) Depuis 2015, la subvention est limitée à 100% du montant des investissements.

### QUELQUES EXEMPLES D'INVESTISSEMENTS

#### ACQUISITION D'UNE STATION DE LAVAGE DES ROULEAUX

SARL RIBLET - "Faire rimer préservation de l'environnement avec gain de productivité"

**L'ENTREPRISE**  
Localisée à Roppe, la société Riblet est une entreprise familiale spécialisée dans les travaux de peinture et plaquisterie.

**LA PROBLÉMATIQUE**  
Lors du nettoyage des outils de travail, le relavage de peintures provoque de fortes nuisances pour les réseaux d'assainissement et le milieu naturel.

**INVESTISSEMENT RÉALISÉ**  
Acquisition d'une station de lavage biologique d'un montant de 3 600 €. Subvention obtenue : 70%.

**INVESTISSEMENT**  
Lorsque l'on a une conscience écologique, il est naturel d'adopter des mesures qui vont dans le sens de plus de respect de l'environnement. De plus, l'acquisition de cette station ne présente que des avantages : elle permet des économies d'eau et de temps, mais aussi de limiter l'utilisation de solvants néfastes pour la santé.

Stéphane Riblet, gérant

#### ACQUISITION D'UNE TECHNOLOGIE PROPRE

SCHRAAG INDUSTRIES GRAPHIQUES - "Protéger l'environnement et garder la même qualité de travail"

**L'ENTREPRISE**  
Depuis 2008, Schraag Industries Graphiques a investi ses nouveaux locaux à Trévenans. Composée d'une équipe de 32 professionnels, l'entreprise maîtrise les dernières techniques d'impression.

**LA PROBLÉMATIQUE**  
Le procédé du Computer To Plate (CTP) est la technologie par laquelle les plaques d'impression offset sont copiées directement à partir d'un ordinateur. Cette technique demandait alors l'utilisation de produits chimiques dangereux pour l'environnement.

**INVESTISSEMENT**  
Acquisition d'un CTP sans chimie utilisant des gommes végétales d'un montant de 223 000 €. Subvention obtenue : 35%.

**INVESTISSEMENT**  
L'environnement est une vraie préoccupation, pas uniquement marketing, mais qui va, selon moi, au-delà des certifications. Chez Schraag, nous la traduisons par des actions concrètes. Nous sommes le premier imprimeur en France à alimenter ses presses offset et à humidifier son papier à l'eau de pluie, tout cela en maintenant la même qualité pour nos clients.

Fanny Schraag, présidente

#### AMÉLIORATION DU STOCKAGE DES DÉCHETS ET DES PRODUITS DANGEREUX

MGM MÉCANIQUE GÉNÉRALE MOURCELY - "Préserver l'environnement est un enjeu d'avenir"

**L'ENTREPRISE**  
La société MGM Mécanique Générale Mourcelly est spécialisée dans la mécanique générale et dans la mécanique de précision. Localisée sur la commune de Dorans, elle emploie 7 personnes.

**LES PROBLÉMATIQUES**  
Les déchets métalliques stockés en extérieur, non protégés des intempéries, représentent une source de pollution du milieu naturel notamment par des résidus d'huile de coupe. Par ailleurs, le stockage d'un volume important d'huile de coupe nécessite à l'activité constitue un risque non négligeable de déversement accidentel s'il n'est pas sécurisé.

**INVESTISSEMENTS RÉALISÉS**  
Couverture de la berge à copeaux et stockage des huiles dans une armoire sur rétention d'un montant de 4 941 €. Subvention obtenue : 70%.

**INVESTISSEMENT**  
La préservation de l'environnement est une thématique centrale aujourd'hui. Dans le futur, la question environnementale sera encore plus prégnante, c'est pourquoi il est important de mettre en place toutes mesures économiquement réalisables afin d'assurer la pérennité de notre entreprise.

Marie Claude Mourcelly, gérante

#### SÉCURISATION DE LA ZONE DE STOCKAGE DES DÉCHETS

HENDRICKSON - "Anticiper les contraintes réglementaires et respecter notre environnement proche"

**L'ENTREPRISE**  
Implantée à Châtenois les Forges, elle est spécialisée dans la fabrication et l'assemblage des composants et suspensions pour véhicules terrestres utilitaires. L'effectif de l'entreprise est de 166 personnes.

**LA PROBLÉMATIQUE**  
L'environnement immédiat à la structure est sensible en terme de rejets et de déversement dans le milieu (Savoureuse et plans d'eau à proximité). C'est pourquoi la société, ex-Frauenthal, a choisi de sécuriser sa zone de stockage des déchets.

**INVESTISSEMENT**  
Contournement des ruissellements huileux issus de la zone de stockage des déchets, pour un coût total de 9 647 €. Subvention obtenue : 50%.

**INVESTISSEMENT**  
L'acquisition récente de la société par un groupe américain a conforté l'entreprise dans sa démarche environnementale, notamment sur la nécessité d'anticiper les contraintes réglementaires et de nouer des relations constructives avec les organismes compétents dans le domaine. Par ailleurs, nous tenons à être exemplaires en terme de respect de l'environnement, car le site est géographiquement imbriqué dans la commune de Châtenois les Forges.

Thierry Tran, directeur général

## 10. Remerciements

Le consortium du projet LUMIEAU-Stra remercie l'Agence française pour la biodiversité et l'Agence de l'Eau Rhin Meuse, financeurs du projet dans la cadre de l'Appel à projet « Innovation et changement de pratiques : lutte contre les micropolluants dans les eaux urbaines ».

AFB

Hall C – Le Nadar  
5, square Félix Nadar  
94300 Vincennes

01 45 14 36 00

<http://www.afbiodiversite.fr>



Eurométropole de Strasbourg  
1 Parc de l'Etoile  
67076 Strasbourg

03 68 98 50 00

[www.strasbourg.eu](http://www.strasbourg.eu)