

LISTE DE CONTRÔLE POUR LE CLEAN-UP-DAY

L'idée de base du Clean-Up-Day est de se mettre ensemble pour nettoyer la Suisse et donner ainsi un signal fort et durable contre les décharges sauvages et pour un environnement propre. Pour que votre journée d'action se passe bien et sans contretemps, il faut réfléchir à beaucoup de choses à l'avance. La présente liste de contrôle se propose de vous aider à assurer le succès de votre Clean-Up-Day et des actions susceptibles de l'accompagner.



PARTIE 1: CONCEPT	2
PARTIE 2: RÉALISATION	3
1. Création d'un comité d'organisation	3
1.1. Qui fait quoi?	3
1.2. Partenaires possibles	3-4
2. Choix du lieu et sécurité	4
2.1. Choix du lieu	4
2.2. Sécurité	4-6
PARTIE 3: MATÉRIEL DESTINÉ AUX ACTIONS	7
PARTIE 4: PUBLICITÉ ET MÉDIAS	8
1. Préparatifs – faites connaître votre journée d'action!	8
1.1. Publicité	8
1.2. Coopération avec les médias/coûts	8
1.3. Observation des médias	8
2. Le jour même de l'action	9
3. Après le jour de l'action	9
PARTIE 5: QUESTIONS FINANCIÈRES	10
1. Coûts	10
2. Financement	10
PARTIE 6: EVALUATION	11
1. Préparation	11
2. Sondage le jour de l'action	11
3. Analyse après le jour de l'action	11-12

PARTIE 1: CONCEPT

Mettez au point un concept pour votre journée de lutte contre les décharges sauvages avant de commencer la planification concrète. Réfléchissez par exemple aux personnes que vous voulez interpeller par le biais de votre action et aux objectifs que vous voulez atteindre. Pour accroître encore l'attractivité de votre journée de nettoyage, il est recommandé d'organiser des actions d'accompagnement, par ex. un parcours des déchets, un concours ou une fête sans déchets (vous trouverez des idées sur notre site web www.clean-up-day.ch). Un concept vous aidera à ne pas perdre votre objectif de vue et à éviter de vous disperser.

- **Quels sont les objectifs à atteindre?**
- **Quels sont les messages à faire passer à la population?**
- **Quels sont les groupes cibles à atteindre?**
- **Quelles sont les mesures/actions propres à transmettre les messages avec succès?** (une sélection d'idées figure sur notre site web www.clean-up-day.ch)
- **Peut-on obtenir l'appui de partenaires (écoles, entreprises, organisation...)?**
- **Quels sont les canaux et moyens de communication à utiliser?**
- **Peut-on reprendre du matériel ayant déjà fait ses preuves?**

PARTIE 2: RÉALISATION

1. Création d'un comité d'organisation

Conseil: commencez la planification suffisamment tôt et prenez l'initiative de contacter les partenaires potentiels.

1.1. Qui fait quoi?

	Nom	N° de tél.	E-mail
Direction			
Publicité/Médias			
Infrastructure			
Finances/Sponsors			
Coordination des groupes participants			
Coordination des actions			
Sécurité			
Administration (autorisations/assurances/etc.)			
Evaluation			

1.2 Partenaires possibles

Partenaires venant du secteur du traitement des déchets	Nom	N° de tél.	E-mail
Incineration des ordures			
Nettoyage des eaux usées			
Usine de recyclage			
Décharge			
...			
...			
Associations			
Groupes de scoutisme, unions chrétiennes, louveteaux			
Associations de quartier			
Clubs sportifs			
Associations musicales			
Associations de protection de la nature et de l'environnement			
Associations touristiques, offices du tourisme et de l'embellissement			
...			
...			
Autres			
Ecoles			
Jardins d'enfants			
Partis politiques			

Personnalités connues

Sociétés, restaurants

Restaurants à emporter, commerces
de détail

...

2. Choix du lieu et sécurité

Conseil: choisissez de façon ciblée l'emplacement retenu pour les actions. Veillez à ce que ces endroits ne soient pas trop éloignés les uns des autres et à ce qu'ils soient sûrs (trafic, terrains en pente). Ces emplacements peuvent être indiqués sur une carte et distribués au moyen d'un dépliant, d'un programme de la manifestation ou d'une invitation.

2.1. Choix du lieu

Coordination	nom	n° de tél.	e-mail
Titre de l'action			
Durée de l'action	du:	au:	
Nombre de visiteurs attendus			
Lieu			
Vérifier l'accessibilité	<input type="checkbox"/> par les TP	<input type="checkbox"/> à pied	<input type="checkbox"/> à vélo <input type="checkbox"/> en voiture
Variante en cas de mauvais temps	personne à contacter		
Réservation du local/de la tente	personne à contacter		

Vérifier l'infrastructure	Observations	Coûts
<input type="checkbox"/> eau		
<input type="checkbox"/> électricité		
<input type="checkbox"/> toilettes		
<input type="checkbox"/> stationnement		
<input type="checkbox"/> téléphone		
<input type="checkbox"/> bancs		
<input type="checkbox"/> collation		
<input type="checkbox"/> ...		

Coûts liés au choix du lieu

2.2. Sécurité

Avant le début de la manifestation, faites connaître à tous les participants les règles de sécurité applicables. Assurez-vous que tous les participants ont bien compris les instructions de sécurité et se comporteront en conséquence.

Coordination	nom	n° de tél.	e-mail
Numéros de téléphone d'urgence	pompiers	police	médecin
Poste sanitaire	lieu	matériel/infrastructure	
	personne à contacter	n° de tél.	

Coûts liés au poste sanitaire

Fermetures à la circulation/déviation du trafic

lieux

matériel/infrastructure

personne à contacter

n° de tél.

Coûts liés aux fermetures/déviations du trafic

Information des participants concernant les règles de sécurité (par ex. information des parents en cas d'actions impliquant des enfants)

Stand d'information (enfants perdus, endroit centralisant la distribution et la récupération des équipements)

lieu

matériel/infrastructure

personne à contacter

n° de tél.

Coûts liés au stand d'information**Equipements pour les participants**

Coûts

 vêtement gilet de sécurité (à commander sur www.clean-up-day.ch) gants (à commander sur www.clean-up-day.ch) pince de préhension chaussures casque lunettes de protection protection auditive matériel d'information petits cadeaux**Assurance des participants contre les accidents****Coûts de l'équipement et des assurances****TOTAL des coûts de réalisation (partie 2):**

Conseil: la sécurité lors du Clean-Up-Day

- **Faites savoir à l'avance aux participants quels vêtements et quelles chaussures seront appropriés (vêtements confortables, pantalons longs, chaussures fermées, équipement coupe-vent et résistant aux intempéries).**
- **Ne choisissez pas d'endroits manifestement dangereux.**
- **Évitez les routes dangereuses et les terrains trop en pente.**
- **Faites attention aux risques naturels.**
- **Respectez les zones interdites, les zones protégées et les périodes de repos biologique.**
- **Ne faites collecter le matériel à risque (seringues, poisons, cadavres d'animaux, etc.) que par des professionnels.**
- **Chaque groupe de Clean-Up connaît les numéros d'urgence et a un téléphone portable avec soi.**
- **Mettez à disposition un équipement approprié (gants, pince de préhension, benne, sacs, etc.) et des containers.**
- **Assurez l'élimination correcte des marchandises récupérées (recyclage, incinération des ordures, déchets spéciaux).**
- **N'oubliez pas d'obtenir l'accord des parents si les participants sont mineurs.**

PARTIE 4: PUBLICITÉ ET MÉDIAS

IGSU et Pusch informent les médias à l'échelle nationale en prélude au Clean-Up-Day et après sa réalisation. Il est donc bon que vous nous fassiez part suffisamment tôt des actions que vous envisagez de mener (formulaire d'inscription sur www.clean-up-day.ch). Pour les relations avec les médias locaux, nous vous apportons notre aide sous forme de moyens auxiliaires (par ex. modèle de communiqué de presse local, modèle d'annonces) et de conseils.

Conseil: prenez l'initiative de contacter les médias locaux et nouez des partenariats – cela peut également en valoir la peine sur le plan financier.

Coordination	nom	n° de tél.	e-mail
--------------	-----	------------	--------

1. Préparatifs – faites connaître votre journée d'action!

1.1. Publicité

Utilisez le matériel d'information officiel

(commande et téléchargement sur www.clean-up-day.ch)

Coûts

Affiches (organiser/réserver à temps les paroisses)

Annonces (voir modèle)

gratuit

Placement d'annonces dans les médias locaux

Avis aux médias locaux (voir modèle de communiqué de presse)

...

Matériel d'information supplémentaire

Texte

Graphisme

Impression

Mesures publicitaires supplémentaires

Facebook/Réseaux sociaux

...

Coûts liés à la publicité

1.2. Coopérations avec les médias

Coûts

Feuille communale

Bulletins d'associations

Journaux locaux

Radio locale

Télévision locale

Internet (page d'accueil de la commune)

1.3. Observation des médias

Personne responsable	nom	n° de tél.	e-mail
----------------------	-----	------------	--------

Coûts liés aux médias

2. Le jour même de l'action

Conseil: invitez les journalistes. Mettez à la disposition de la presse imprimée des photos et des sujets intéressants. Préparez la possibilité d'interviewer des participants et des responsables. Organisez pour les journalistes un circuit allant d'une action à l'autre.

Conférence de presse

Coûts

Organiser une conférence de presse le jour de l'action

Circuit pour les journalistes d'une action à l'autre

Permettre des interviews avec des organisateurs et des participants

Lieu:

Heure:

Personne à contacter:

N° de tél.

Coûts liés à la conférence de presse

3. Après la journée d'action

Communiquez votre succès

dans la feuille communale

sur la page d'accueil de la commune

dans les journaux locaux

à la radio locale

à la télévision locale

...

...

Envoyez un bref compte rendu et de bonnes photos de vos actions à IGSU et à Pusch

(nombre de participants, quantité de déchets collectée, moments forts, réactions): clean-up-day@igsu.ch

Analyse de la présence des médias

Remerciements aux participants et aux sponsors sous la forme d'un rapport ou par le biais des médias

(feuille communale, page d'accueil, journal local)

Coûts liés aux comptes rendus

TOTAL Coûts liés à la publicité et aux médias (partie 4):

PARTIE 5: QUESTIONS FINANCIÈRES

Conseil: suivez à tout moment l'évolution des coûts afin d'éviter les mauvaises surprises.

1. Coût

Coûts

TOTAL des coûts liés à la réalisation (partie 2):

TOTAL des coûts liés au matériel (partie 3):

TOTAL des coûts liés à la publicité et aux médias (partie 4):

Administration

Envois

Honoraires pour les réunions de coordination

Autres honoraires

Transports

Autorisations

Assurances

TOTAL des coûts du Clean-Up-Day

2. Financement

	Montant en CHF	Prestations en nature/Services	But d'utilisation
Ville/Commune			
Entreprises/Industrie			
Associations/Ecoles			
Particuliers			
Autres			

PARTIE 6: EVALUATION

Conseil: l'évaluation commence déjà pendant la réalisation grâce aux caméras, appareils photo, sondages, analyses du concours ou statistiques. Envoyez également vos évaluations à IGSU et à Pusch: clean-up-day@igsu.ch

1. Préparation

Préparation des questionnaires

Préparation du concours

2. Sondages le jour de l'action

	Personnes responsables	N° de tél.
Photos		
Interviews		
Réalisation du concours		

3. Analyse après la journée d'action

Nombre de participants à la journée d'action:

Nombre de participants au concours:

Comment les participants ont-ils appris l'existence de la journée d'action? (en %)

Affiches

Médias

Ecole

Voisins et amis

...

Impression des visiteurs/visiteuses (qu'est-ce qui a été positif? négatif?)

Impression des responsables (qu'est-ce qui a été positif? négatif?)

Moments forts:

Problèmes:

Enseignements tirés:

CONCLUSIONS:

Quels sont les messages qui sont passés chez les participant(e)s

(évaluation par ex. par le biais des réponses justes aux questions du concours, de sondages):

CONCLUSION:

Comment la journée d'action a-t-elle été présentée dans les médias:

Nombre de reportages:

Presse écrite:

Radio:

Télévision:

Nombre de journalistes présents à la conférence de presse, au circuit, etc.:

CONCLUSION:

Allez-vous réaliser l'année prochaine une nouvelle journée d'action contre les décharges sauvages?

Oui

Non

Si oui:

allez-vous à nouveau réaliser votre journée d'action
l'an prochain dans le cadre du Clean-Up-Day national
d'IGSU et de Pusch?

Si non:

pourquoi?

Thèmes/actions possibles pour la prochaine journée d'action:

Transmettre l'évaluation à tous les participants

Responsables des diverses actions

Sponsors

IGSU et Pusch (clean-up-day@igsu.ch)

...

...
