

# Campagne d'information sur les déchets : des solutions taillées sur mesure

Autor(en): **Schärer, Thomas**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **19 (1992)**

Heft 1

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-912698>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Campagne d'information sur les déchets

## Des solutions taillées sur mesure

Depuis le début de 1991 et jusqu'en 1994, l'Office fédéral de la protection de l'environnement (OFEFP) organise dans toute la Suisse une campagne d'information sur les déchets, poursuivant deux objectifs: d'une part, on veut informer la population des liens de cause à effet existant entre la production, la consommation et l'élimination de marchandises; d'autre part, dans un dialogue avec les milieux économiques, on doit montrer toutes les possibilités de produire des biens générant peu de déchets et faciles à éliminer.

L'importante place qu'occupe la consommation dans la société et le niveau de vie élevé sont à l'origine de problèmes aigus de production de déchets en Suisse. C'est pourquoi le Conseil fédéral a décidé de lancer une vaste campagne d'information de quatre ans, qui permettra de soutenir les efforts entrepris par les cantons et les communes pour faire diminuer les quantités de déchets. Une enquête organisée au printemps 1991 dans l'ensemble du pays a montré que la population était déjà largement consciente des problèmes de déchets. Plus des deux tiers des consommateurs savent que ces problèmes ne pourront être résolus sans engagement personnel de chaque individu. Mais beaucoup croient encore que seuls les emballages constituent un problème.

### Objectif No 1:

#### Montrer les liens de cause à effet

Les emballages ne sont en effet pas seuls en cause et l'observation du cycle de vie d'un produit le montre bien: dès la production de la

matière première et la fabrication d'une marchandise, on produit des déchets. Lors de l'achat, le consommateur peut aussi éviter de produire des déchets en choisissant des biens réutilisables ou réparables, générant peu de déchets et éliminables sans trop porter atteinte à l'environnement. Une exposition itinérante qui est présentée dans les foires-expositions et dans des communes de toutes les régions de Suisse fournit des informations sur tous ces aspects du problème et indique des moyens de le résoudre. Divers spots télévisés attirent l'attention de la population sur les moyens d'éliminer les déchets sans porter atteinte à l'environnement et sur les achats de produits générant peu de déchets. Une campagne publicitaire, qui vise à inciter la population à penser davantage à la qualité lors des achats, débutera vers le milieu de l'année 1992.

#### L'information sur place a une meilleure portée

L'information gagne toujours en crédibilité

lorsqu'elle est donnée de façon à toucher directement les personnes auxquelles elle s'adresse. C'est pourquoi l'information diffusée par les cantons et les communes a une grande portée. Elle peut en effet aborder de manière optimale les problèmes spécifiques au niveau local – un avantage de la structure fédéraliste de la Suisse. Chaque canton reçoit pour son travail d'information une somme forfaitaire de 30 000 francs ainsi qu'une contribution de 20 à 40 centimes par habitant, selon sa capacité financière. Une campagne est, en règle générale, financée pour un tiers par la Confédération, le reste devant être supporté par des tiers (par ex. les communes). Dans le cadre de la campagne d'information sur les déchets, des solutions «taillées sur mesure» peuvent être réalisées, selon les problèmes locaux. Par son bulletin «Spécial-déchets» et des séminaires d'information, la direction du projet reste en contact avec les participants de la campagne.

### Objectif No 2:

#### Dialogue avec les milieux économiques

Les responsables s'efforcent aussi d'établir un large dialogue avec les milieux économiques. Il n'est cependant pas possible de trouver des solutions uniformes pour les divers problèmes de déchets qui se posent. Il faut s'adresser séparément à chaque branche, notamment lorsqu'il s'agit de celles où travaillent surtout des petites et moyennes entreprises. Cette façon de procéder demande certes beaucoup de temps, mais c'est la seule voie possible dans un pays comme la Suisse, au territoire peu étendu, aux structures fédéralistes, et où, traditionnellement, l'économie et la politique sont étroitement imbriquées. Il faut relever que l'appui de la Confédération ne libère en rien la population et les entreprises de leurs propres responsabilités. Bien au contraire: la solution du problème des déchets en Suisse dépend entièrement de l'engagement de chacun dans ces questions.

Thomas Schärer, conseiller en relations publiques pour la campagne nationale de la Confédération sur les déchets



Dans ses achats quotidiens, le consommateur a la possibilité de choisir entre des emballages plus ou moins écologiques. Le poids joue ici un rôle important: les emballages de matière synthétique légers sont mieux tolérés que ceux en carton ou papier. (Photo: Istvan Akos)