

## **CHAPITRE 3 LES ACTIVITES ET LES SUPPORTS DE SENSIBILISATION DU PROJET**

Ce chapitre est un rapport détaillé des principales activités et des supports de sensibilisation qui ont contribué à l'exécution du projet de démonstration de la sensibilisation et de l'éducation du public à Safi. Il s'agit d'un bilan thématique des grands axes du programme, qui complète et précise le bilan global qui a été présenté dans le chapitre précédent. Les activités décrites dans ce chapitre sont considérées telles qu'elles étaient planifiées ou réalisées en Février / Mars 1997, et non ultérieurement.

Des informations complémentaires sont présentées en annexe dans le volume 12, à savoir:

- Le calendrier des activités telles qu'elles étaient planifiées en Février 1997;
- Des photographies;
- Un rapport complémentaire de l'état de l'exécution du programme en Mai 1997;
- Autres documents.

### **3.1 Le bilan du projet: "affiches"**

#### **3.1.1 La description du projet**

##### **1) Les objectifs**

L'objectif des affiches est d'atteindre tous les types de groupes sociaux par une présentation claire et artistique d'une série de messages. L'idée de base des affiches était de faire passer des messages de prise de conscience des problèmes, des messages de formulation d'objectifs (ville propre, mieux penser ses déchets pour l'avenir), et des messages d'action positive et d'attitude participative à la gestion des déchets.

Pour atteindre son objectif très large, il fallait que les affiches présentassent les avantages suivants:

- la lisibilité des messages pour toutes les catégories de population;
- la qualité artistique pour susciter l'intérêt, et pour éviter que ces affiches ne soient finalement une nuisance visuelle dans le paysage;
- un impact fort et durable, notamment par la taille et la durée d'affichage, ainsi que par la qualité et le choix des sites.

C'est la raison pour laquelle le projet "affiches" a eu pour principale activité la préparation et l'affichage des affiches géantes. Des affiches plus classiques ont permis de compléter ce projet, notamment de compléter la couverture géographique et sociale des sites d'affichage.

##### **2) Les affiches géantes**

Il y a 3 séries complémentaires d'affiches géantes, au format 2m x 2,5m. Chaque série est au nombre de 10 unités.

Les affiches géantes sont destinées à un affichage extérieur de longue durée. Elles sont plastifiées en double face, en impression numérique par procédé électrostatique avec encre à base de pigments résistants.

Les caractéristiques principales de ces affiches sont les suivantes:

- une dimension inhabituelle
- un tirage restreint compensé par une stratégie d'interpellation du public
- une présentation des messages qui privilégie l'expression graphique
- une conception directement réalisée par les artistes locaux dans le cadre d'un concours de dessins

### **3) Les affiches standards**

Il y a 2 séries complémentaires d'affiches standards, au format 0,5x0,6m environ. Chaque série est tirée en 700 unités, ce qui donne un total de 1400 unités.

Ces affiches sont destinées à des supports d'intérieur en site fixe ou mobile (bus). L'affichage sur les camions de collecte des déchets a été ajouté en option. Elles sont réalisées sur papier couché 135g, en impression quadrichromie avec sélection de couleur.

Les caractéristiques principales de ces affiches sont les suivantes:

- un langage à la fois textuel et imagé
- une expression plus intellectuelle que pour les affiches géantes
- une conception directement réalisée par les artistes locaux en concours de dessins

#### **3.1.2 L'activité de préparation des dessins d'affiches**

##### **1) Le concours de dessin**

##### **a) La préparation du concours**

Un concours de dessin a été lancé le 15 Novembre 1996 à l'intention des artistes locaux pour s'achever le 9 Décembre. Ce concours avait pour objet la création des dessins d'affiches d'une part, et la création de la mascotte de Safi d'autre part.

Les artistes locaux qui ont participé sont surtout des enseignants d'art plastique, et la plupart d'entre eux font partie d'une association locale d'art plastique, l'association Râ. Il y a eu 17 inscriptions pour ce concours. Parmi les participants, 12 personnes ont apporté leurs dessins à la date de fermeture du concours, le 9 Décembre.

Les artistes se sont réunis 2 fois avec des représentants de la commission de travail du projet afin de définir ce qui était attendu de leur part. La première réunion (15 Novembre) a permis de lancer le concours, d'expliquer le projet, et d'expliquer les dessins et les types de messages attendus. La deuxième réunion (26 Novembre) a servi à de nouveaux ajustements et à des explications complémentaires quant aux messages, ainsi qu'aux différents dessins.

## **b) Les règles du concours**

Les règles du concours étaient les suivantes:

- Produire soit un dessin de mascotte, soit une série de 3 dessins d'affiches, soit les 2 à la fois.
- Formuler des messages dans le cadre de 3 thèmes de base différents, avec 1 thème par affiche. Des exemples de messages ont été donnés, et les "thèmes-cadres" ont été expliqués. Cette approche a permis de laisser une certaine liberté d'expression des messages tout en essayant de les maintenir dans des cadres bien définis. L'approche est expliquée plus loin.
- Le dessin de la mascotte est présenté sous forme de logo, accompagné d'un message écrit qui résume une philosophie, une attitude, une éthique. Des exemples ont été discutés, tels que: "moi, je garde ma ville propre", ou bien: "moi, je m'intéresse aux déchets de ma ville".

## **c) Le problème de la mascotte**

Le problème d'inclure ou non la mascotte dans les dessins d'affiches a été longuement débattu. La démarche idéale aurait été de faire précéder le concours des dessins d'affiches par un concours des dessins de mascotte. Cette démarche était irréalisable dans le cadre du calendrier de la mission d'étude. Les 2 concours ont donc été lancés en parallèle, en permettant aux artistes d'inclure s'ils le désiraient un personnage typique dans leurs dessins d'affiches. Quant à la mascotte, elle devait être présentée sous la forme d'un logo, de manière à pouvoir l'introduire librement sur les différents supports de sensibilisation et d'information dans le cadre de ce programme et éventuellement des programmes ultérieurs.

### **2) Les messages proposés**

#### **a) La méthode d'identification des messages**

Autant que possible, chaque série de dessins devait répondre aux 3 séries de questions suivantes, correspondant aux 3 séries de dessins attendues par candidat:

- Quel est le problème (constat de situation)?
- Qu'est-ce qu'on veut (les objectifs)?
- Qu'est-ce qu'il faut faire (éthique, action)?

Chacune de ces questions est représentative d'un grand thème de base pouvant servir de cadre pour définir un message. Ces "thèmes - cadres" ont été présentés aux artistes de manière un peu théorique, concrétisés par quelques exemples précis. Les "thèmes-cadres" ont été représentés sous forme de schémas et discutés avec les artistes (Fig. 3.1-1, 3.1-2, et 3.1-3). Par exemple, un message sur le maintien de la beauté et de la propreté de la ville fait partie du thème "objectif" (avoir une ville propre). Un message sur la coopération entre le collecteur de déchets et l'habitant fait partie de "l'éthique / attitude". Un message sur le devoir de "penser nos déchets" de même.

Ces schémas montrent que les messages relatifs aux déchets s'inscrivent dans une problématique d'amélioration de la gestion des déchets aussi bien que dans une problématique de protection du cadre de vie et de l'environnement. Ces messages

pouvaient avoir des degrés divers de concrétisation, également illustrés par des exemples dans les bulles qui ont été représentées dans les figures, selon les axes des flèches. Pour ce qui concerne les niveaux des messages, le dessin pouvait librement représenter plusieurs niveaux en plan général (les carrés dans les figures) ou bien un niveau en gros plan (les bulles dans les figures).

#### **b) Les exemples de messages**

Les thèmes et les types de messages attendus ont été expliqués de manière à laisser une relative liberté aux artistes pour leur expression. Il a été cependant demandé aux artistes de conserver à l'esprit que:

- les affiches doivent être une démarche de communication sur les déchets (et non pas sur la protection de la nature ou du cadre de vie par exemple);
- le message s'adresse au grand public et leur parle du déchet dans leur vie de tous les jours (dans la ville).

Un exemple d'utilisation des schémas théoriques d'identification des messages et de leur cadre a été présenté pour le cas précis d'une affiche qui porterait sur la coopération entre la commune et les citoyens pour la bonne gestion des déchets. Deux cas ont été discutés sur ce thème:

- 1er cas / plan général: une charte des actions entre la commune et le citoyen pour une meilleure collecte des déchets. D'un côté, la commune représentée à travers un dessin de ce qu'elle fait et de ce qu'elle désire améliorer. De l'autre côté, le citoyen représenté à travers un dessin de l'attitude qu'il devrait adopter. Dans l'affiche, des références au plan environnement comme l'écocitoyenneté apparaissent.
- 2ème cas / gros plan: Le collecteur de déchets près de son camion avec une allure joviale et positive, prêt à communiquer avec les habitants et à les aider pour l'amélioration de son service. L'habitant est représenté prêt à dialoguer avec lui pour agir utile, et montrant sa curiosité ("penser déchets").

#### **c) Les exemples de slogans**

En plus des exemples de messages, des exemples de slogans ont été présentés lors de ces réunions. Les artistes étaient libres d'en faire usage, à leur propre initiative, dans leurs dessins:

- Pour les affiches:
  - "agir et penser déchets"
  - le "droit" à une ville propre
  - "A Safi, on agit contre les déchets, on pense à l'avenir"
- Pour la mascotte:
  - "Moi, je pense à protéger ma ville"
  - "j'agis pour la propreté et la beauté de ma ville"

### **3) La sélection des dessins**

#### **a) Le jury**

Le jury du concours de dessin s'est réuni dans les locaux de la communauté urbaine de Safi le 11/12/96 et le 12/12/96 afin de procéder à la sélection des dessins. Le travail du

jury a été précédé par une réunion de mise au point et de lancement officiel sous la présidence de Monsieur le Président de la Communauté Urbaine et par le Monsieur le Premier Khalifat du Gouverneur, en présence de Messieurs les Présidents des communes de Boudheb, Zaouia, et Biada, de Messieurs les Chefs de District, ainsi que des membres du jury, à savoir:

- la Province (1),
- la Communauté Urbaine (1)
- les Communes Urbaines (3)
- la Délégation du Ministère de la Jeunesse et des Sports (1),
- la Délégation du Ministère de la Santé Publique (1),
- la Délégation du Ministère de l'Education Nationale (1),
- la Délégation du Ministère des Affaires Culturelles (1)
- la Délégation de l'Entraide Nationale (1)
- l'association ACL (1),
- l'association Environnement et Développement (1)

#### **b) La procédure de sélection**

La procédure de sélection a été établie en 3 étapes:

- discussion avec les artistes: les artistes pouvaient s'exprimer et donner leur avis sur l'ensemble des dessins présentés. Cette séance s'est avérée difficile et n'a pas été concluante;
- présélection par le jury qui a pris en compte les remarques éventuelles des artistes et s'est prononcé sur les méritants;
- sélection finale prise par décision de Mr. le Premier Khalifat, de Mrs. les Présidents, et de Mrs. les représentants de l'autorité.

Le jury a donc procédé aux sélections suivantes:

- le dessin de la mascotte;
- les 3 premiers lots de dessins d'affiches;
- les dessins retenus pour les 5 séries d'affiches, en principe issus des 3 premiers lots de dessins et complémentaires les uns des autres conformément à la méthode de choix des messages.

#### **c) Les critères de sélection**

Les critères de sélection sont présentés dans le tableau ci-dessous (Tableau 3.3-1). Chacun des critères a été doté d'une note maximale. C'est le total des notes qui a permis de départager les participants au concours. Pour les dessins d'affiche, chaque dessin est noté sur la base de ces critères, de façon à prendre en compte la série des 3 dessins qui étaient demandé à chaque participant.

**Tableau 3.1-1 Les critères de sélection des dessins d'affiches**

	noté sur
1. respect des conditions du concours: nombre de dessins, thèmes, objectifs	6
2. message visuel répondant à la demande, et clairement exprimé	8
3. message textuel répondant à la demande, et clairement exprimé	8
4. harmonie des couleurs	2
5. harmonie des formes	2
6. dynamisme, optimisme, "positivité" du message	8
7. aspect global: sensibilité et compréhension	6
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>

#### **4) Les résultats du concours**

La série des dessins qui ont été remis à la Communauté Urbaine à l'issue du concours devait faire l'objet d'une exposition publique du 20 Février au 2 Mars en combinaison avec l'exposition itinérante sur l'environnement urbain du Ministère de l'Environnement.

Lors de la sélection des dessins destinés à être montés et édités en affiches, le jury a été confronté à la difficulté de dissocier les dessins qui faisaient clairement partie d'une logique d'ensemble dans chaque lot. Il a donc pris conscience de l'intérêt qu'il y aurait de ne pas dissocier les dessins dans chaque lot, surtout dans le lot du 1er prix.

Il a été convenu de modifier les conditions de l'affichage pour prendre en compte ces problèmes. Il a été décidé de conserver les 3 dessins du premier lot pour les affiches géantes, et 2 dessins du second lot pour les affiches standards.

C'est cette démarche qui a permis de redéfinir et de finaliser un certain nombre de points comme le nombre de séries et la taille définitive des affiches. Le nombre des séries d'affiches a été porté à 5 au lieu de 3 au départ. Une série initialement prévue de 1000 affiches a été transformée en une double série de 700 affiches. La double série de 12 affiches géantes chacune a été transformée en une série triple de 10 affiches chacune. En outre, la taille des affiches a été également modifiée afin de pouvoir insérer la mascotte convenablement. La taille des affiches géantes a été portée à 2m x 2,50m au lieu de 2x2m initialement. Celle des affiches standard a été portée à 0,5m x 0,625m, au lieu des 0,5x0,5 initialement.

En conclusion, les 3 dessins retenus pour les affiches géantes appartenaient au même lot (1er lot). Il en a été de même pour les 2 dessins d'affiches standard (2ème lot). Cette facilité a été possible en raison de la qualité de ces 2 séries de dessins.

Une fois la sélection faite, un certain nombre d'ajustements se sont révélés indispensables, suite à la discussion par le groupe du jury et la coordination avec l'ensemble des autorités locales, et notamment Mr. le Gouverneur. Les modifications ont porté sur le vocabulaire employé, sur certains dessins eux-même, et sur l'ajustement entre les dessins et la mascotte.

## 5) Les prix de récompense

Les prix pour récompenser les lauréats du concours ont été alloués dans le cadre du budget JICA pour ce projet. Une cérémonie officielle d'attribution des prix devait également être organisée dans le cadre de la cérémonie de lancement de la campagne prévue pour le 27 Février 1997. Les prix devaient être distribués par la Communauté Urbaine de Safi.

Les prix étaient attribués par lots de 3 dessins, à raison d'un prix par lot. Les 3 prix correspondaient donc à 3 lots, c'est à dire à un total de 9 dessins.

Suite aux discussions avec les artistes et considérant l'importance de leur contribution pour l'élaboration de ces affiches, un total de 30000DH a été consacré à ces prix de manière prioritaire dans le budget alloué par JICA. La répartition des prix s'est faite de la manière suivante:

1er prix mascotte: 8000DH

1er prix affiche: 9000DH

2ème prix: 5000DH

3ème prix: 3000DH

5 prix de participation pour 5 personnes: 1000DH x 5 = 5000DH

### 3.1.3 La description des affiches

#### 1) Les affiches géantes

La première affiche est une scène de rue qui montre l'état de dégradation du cadre de vie par la présence d'un point noir. Le lixiviat s'écoule dans la bouche d'égout, les poubelles débordent de déchets. La mascotte fait partie de la scène et désigne du doigt la responsabilité du citoyen, dans le personnage d'une femme qui a une expression de culpabilité.

La deuxième affiche pose la question, sous la forme d'un grand point d'interrogation, de la méthode d'évacuation des déchets. Tous les éléments de l'affiche précédente se retrouvent dans cette affiche, mais ils deviennent des points de questionnement: les moyens de collecte en contraste avec le point noir et l'action de la femme qui déverse sa poubelle dans la rue en contraste avec l'attitude de la mascotte qui pose la question.

La troisième affiche apporte la solution: Les déchets sont stockés et évacués proprement, avec pour résultat la propreté et la beauté retrouvée. La mascotte s'en réjouit.

Ces 3 affiches sont reproduites en couleurs dans ce rapport (Fig. 3.1-4, 3.1-5, et 3.1-6), avec la traduction des termes utilisés en annexe.

#### 2) La description des affiches standard

Les 2 affiches standard donnent d'abord les repères: La silhouette de la ville, avec la verdure, et la présence de la mer. Le lien qui est fait dans ces affiches entre le déchet, la ville et la mer est très subtil et très intéressant.

Une première affiche exprime l'avantage d'une ville propre, élégante, comme résultat du bon contrôle des déchets. La mascotte donne le message en compagnie d'une poubelle personnalisée qui exprime la satisfaction.

Une seconde affiche illustre, également de manière symbolique, la coopération entre les services de collecte et les citoyens.

Ces 2 affiches sont reproduites en couleurs dans ce rapport (Fig. 3.1-7 et 3.1-8), avec la traduction des termes utilisés en annexe. La seconde affiche a également été utilisée comme illustration dans le dépliant.

### **3.1.4 Les sites d'affichage**

#### **1) Les sites pour les affiches géantes**

Le problème des sites d'affichage s'est posé principalement pour les affiches géantes. Le problème des affiches géantes, c'est qu'elles demandent des possibilités d'affichage qui n'ont pas été prévues à Safi. Chacune des 3 communes de Safi avait la charge d'installer 10 affiches recouvrant les 3 séries.

La liste des sites d'affichage a été établie sur la base des critères suivants:

- lieux stratégiques c'est à dire à grande visibilité et grande fréquence du public
- lieux de préférence publics afin d'éviter des problèmes d'autorisation
- lieux à sécurité maximale afin d'éviter les problèmes de vandalisme

Sur cette base, les possibilités d'affichage ont été ensuite répertoriées:

- affichage par collage direct sur un mur
- affichage par accrochage d'un panneau sur un mur
- affichage par présentation sur une structure en chevalet

Le résultat de cette évaluation a été le choix de 10 sites par communes, tous nécessitant une structure de support par panneau mural ou par panneau surélevé (Tableau 3.1-2).

Des photos sur sites ont été prises pour montrer quelques exemples du résultat (en annexe).

#### **2) Les sites pour les affiches standards**

Les sites d'affichage pour les affiches standards ont été identifiés comme suit:

- les locaux des délégations ministérielles;
- les locaux des associations;
- les locaux communaux et provinciaux;
- les hôpitaux;
- les bus de la ville;
- les camions de collecte.



### **3.1.5 L'installation des affiches géantes**

#### **1) Le choix des supports**

Le choix des matériaux pour la réalisation des supports et la mise au point de leurs caractéristiques ont posé de sérieux problèmes de mise au point. Une commande de 2 séries d'échantillons en bois et en métal a été faite en préalable au choix définitif.

Les avantages du support en métal sont nombreux:

- limitation des risques de vol du matériau;
- limitation des effets possibles de vandalisme;
- meilleure résistance au climat local;
- bonne stabilité et esthétique satisfaisante.

Le désavantage principal est le poids des articles. Par exemple, il n'existe pratiquement pas de mur porteur approprié pour supporter en toute sécurité le poids des panneaux muraux en fer. Ce désavantage a été un facteur de retard dans l'installation des panneaux, 2 des 3 communes n'ayant pas pris suffisamment ce problème en considération lors du choix des sites et de la commande des panneaux.

Les inconvénients majeurs du bois sont:

- risque plus élevé de vol;
- faible résistance du contreplaqué aux effets du climat local;
- plus grande faiblesse de fixation au sol.

En conclusion, ce sont les supports en fer qui ont été réalisés, à l'exception de 2 supports en bois.

#### **2) Le problème de la sécurité publique**

En outre s'est posée la question des normes minimales de sécurité contre les risques d'accident. Etant donné les dimensions de ces mobiliers, leur localisation en site très fréquenté, ainsi que la longue durée d'exposition, il était nécessaire d'apporter un soin spécial à la stabilité et aux fixations.

Des fixations solides ont donc été prévues aussi bien pour les panneaux muraux que pour les panneaux en hauteur. La qualité de la pose a donc été une préoccupation pour les communes.

En outre, les panneaux d'affichage une fois installés devaient être offerts par JICA aux communes, afin d'en faire un patrimoine communal sans attendre la fin de la mission, et dans le but de résoudre les problèmes de responsabilité en cas d'accident.

#### **3) Le problème du vandalisme**

Le problème du risque élevé de vandalisme à l'égard des supports d'affichage ou des affiches elles-mêmes a été un sujet permanent de préoccupation pour la durabilité de l'affichage. La prévention du vandalisme a été faite de plusieurs manières:

- par le choix des sites;

- par le choix des panneaux en fer enracinés dans le sol en profondeur;
- par la fixation de baguettes de fermeture autour des affiches par vissage sur les panneaux.

#### 4) La réalisation des supports

L'affichage des affiches géantes avait été prévu pour durer plus de 6 mois, de Janvier à Septembre 1997. Le démarrage a en fait commencé beaucoup plus tard, en Mai 1997. Cet affichage a nécessité la réalisation de supports muraux ou surélevés afin de pallier à l'inexistence de tels supports sur les sites souhaitables.

Ces panneaux ont été financés par JICA sauf pour un panneau qui a été pris en charge par la commune de Boudheb. Globalement, les communes n'ont pas été enthousiastes pour prendre en charge une partie des coûts de fabrication des panneaux. C'est pourquoi le nombre total des supports pour l'affichage, qui était originellement de 30 unités, a été finalement réduit à 25 unités au total. La répartition finale des supports d'affichage en nombre a été telle que décrite dans le Tableau 3.1-2.

Concernant l'installation, les communes se sont chargées de préparer les fondations nécessaires pour les panneaux sur pied et de fixer les panneaux.

**Tableau 3.1-2. Répartition finale des panneaux d'affichage par commune**

communes urbaines de	panneau mural	panneau en hauteur	total
Zaouia	5	3	8
Biada	3	5	8
Boudheb	0	9	9
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>25</b>

**CONSTAT DE SITUATION**

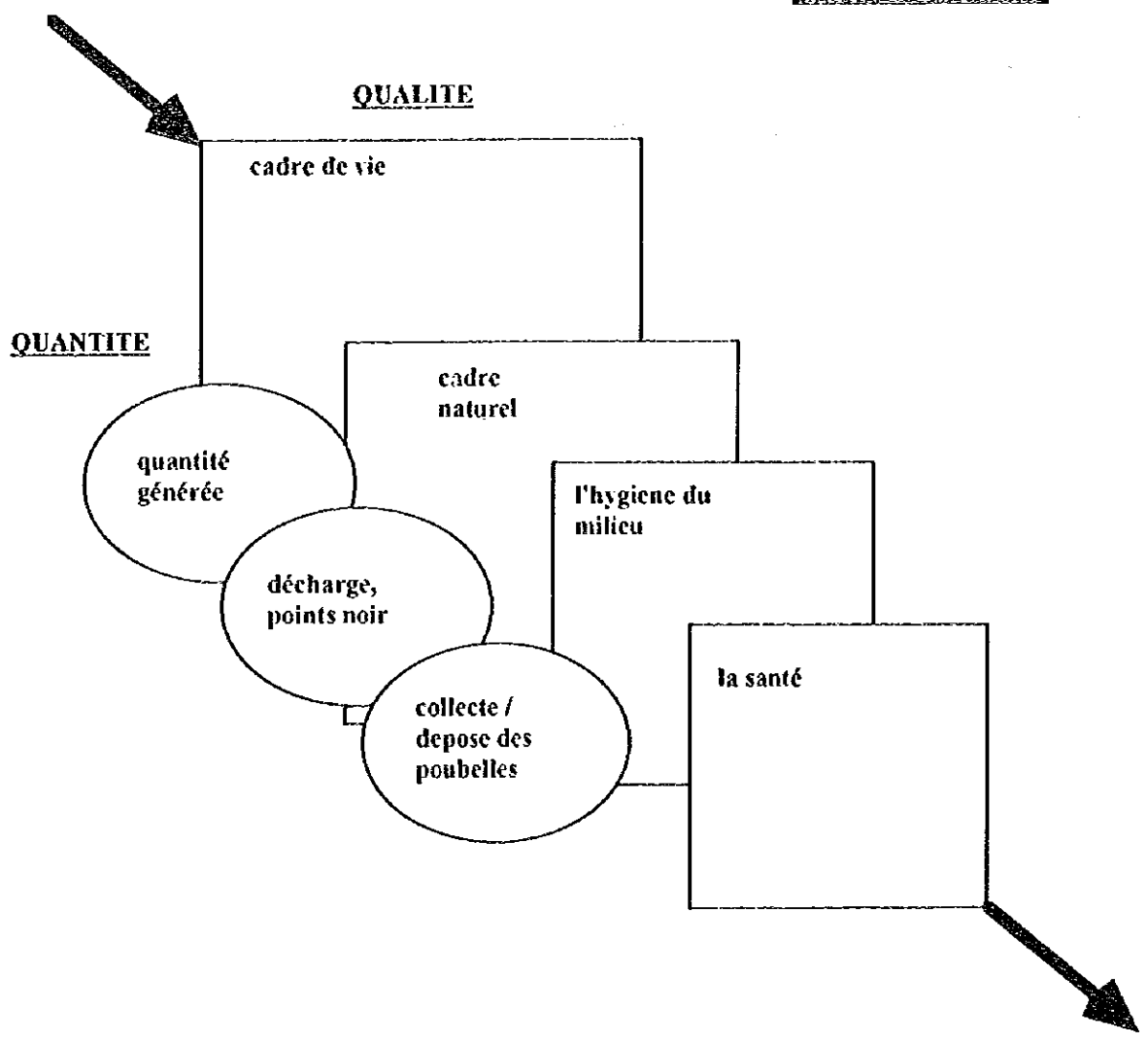


Fig. 3.1-1. Schéma guide des séries de messages d'affiches (1)

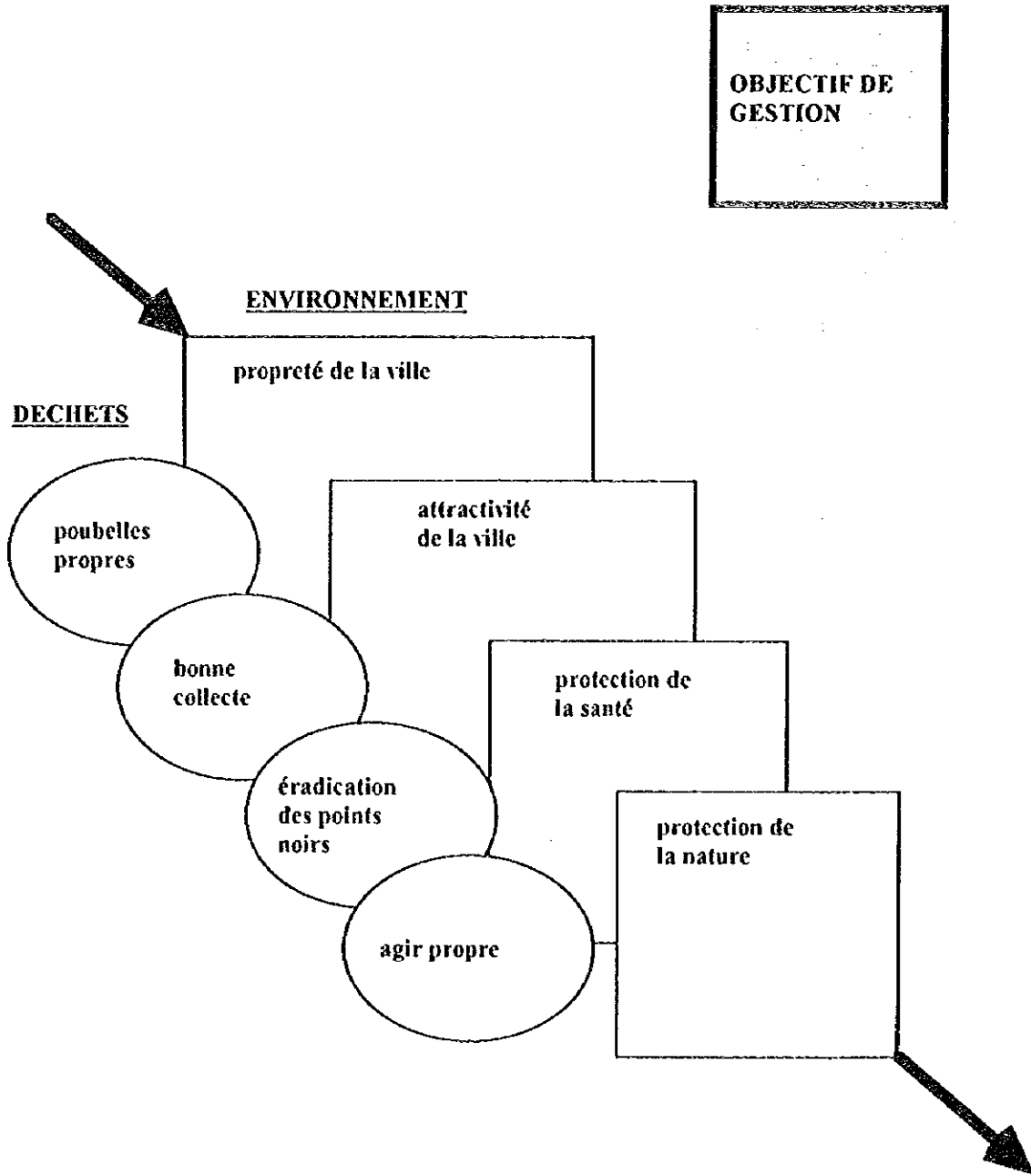


Fig. 3.1-2. Schéma guide des séries de messages d'affiches (2)

3

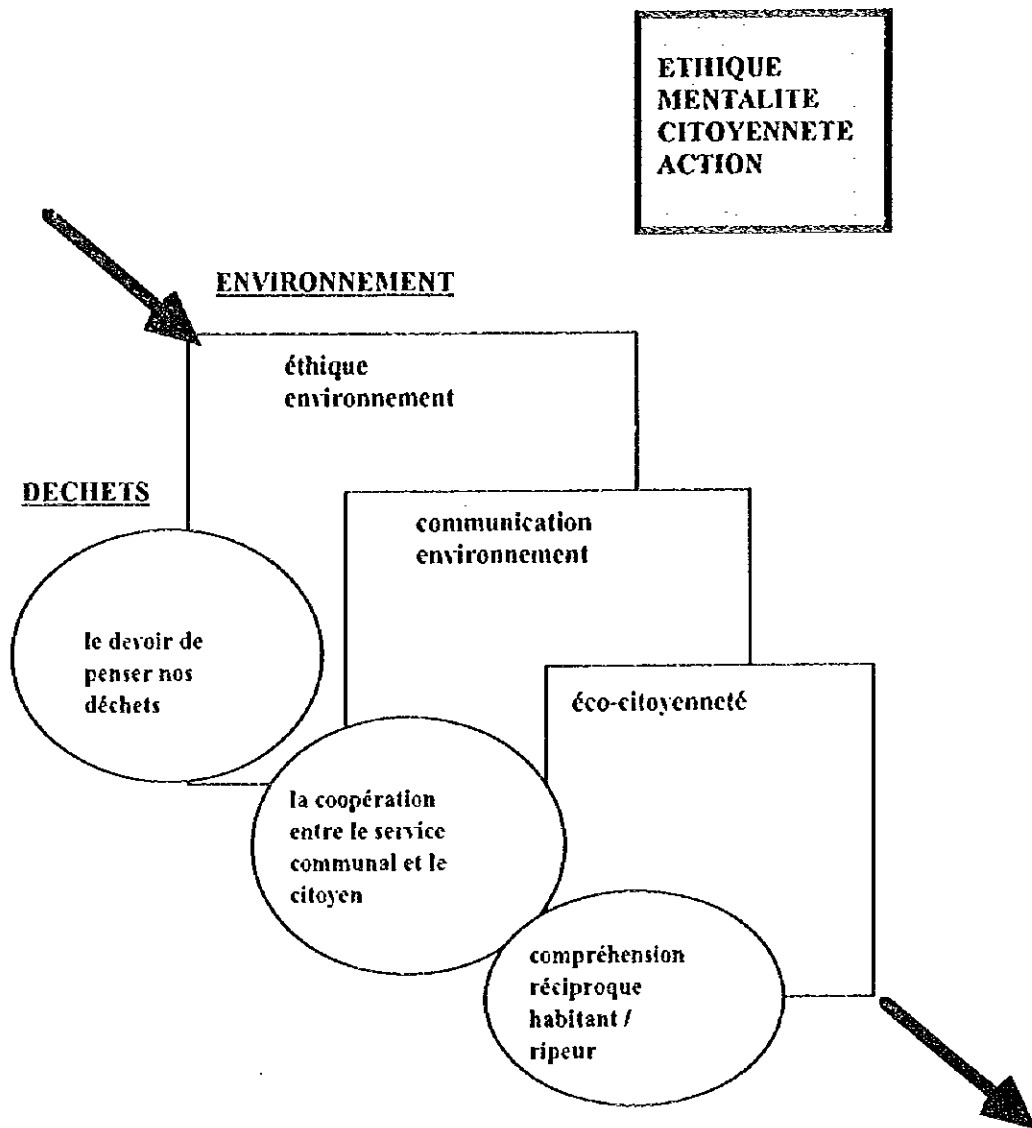
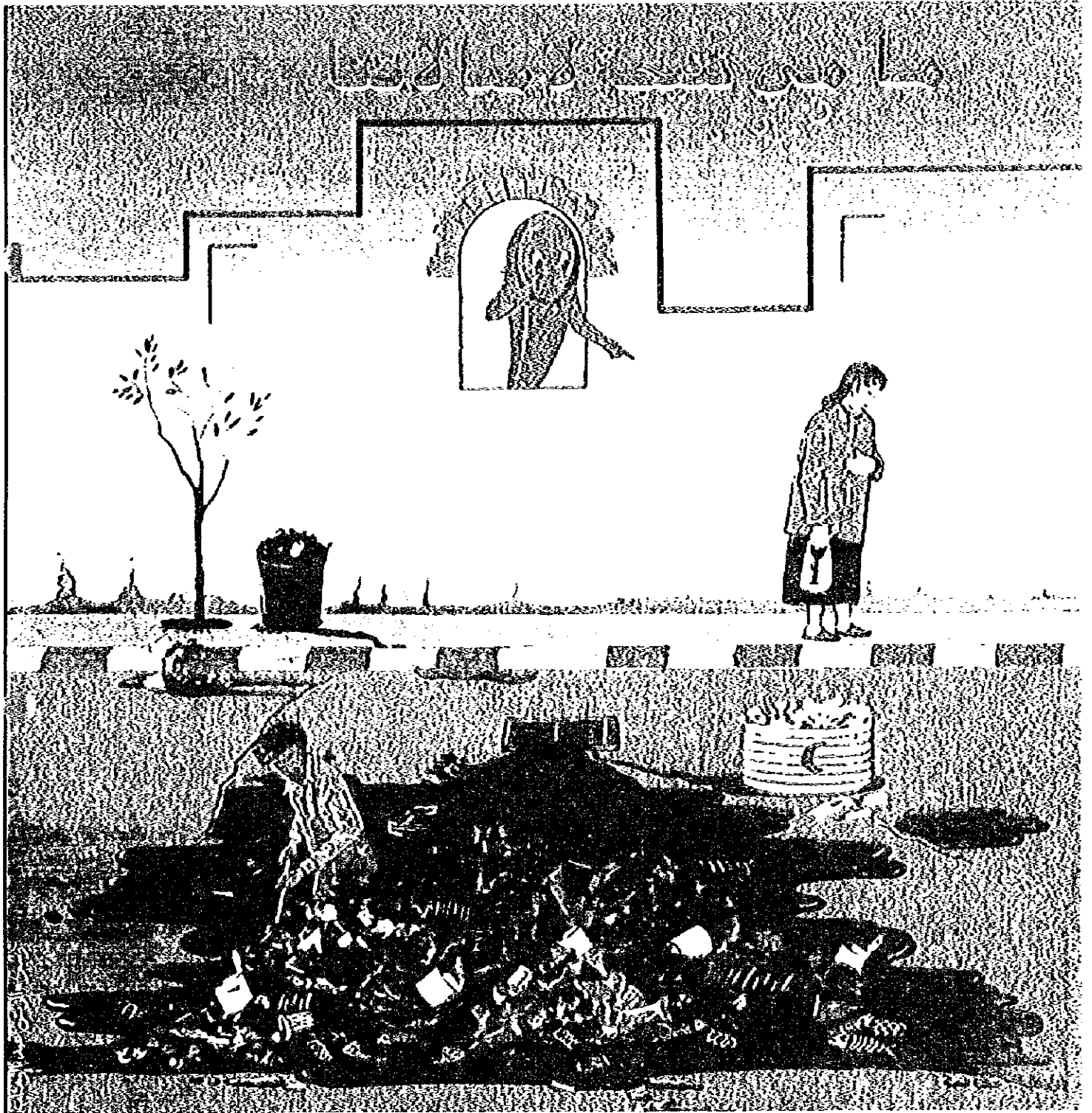


Fig. 3.1-3. Schéma guide des séries de messages d'affiches (3)

6

8

8



أنا أساهم في نظافة مدينتي... وأنت؟



مدينة أسفي

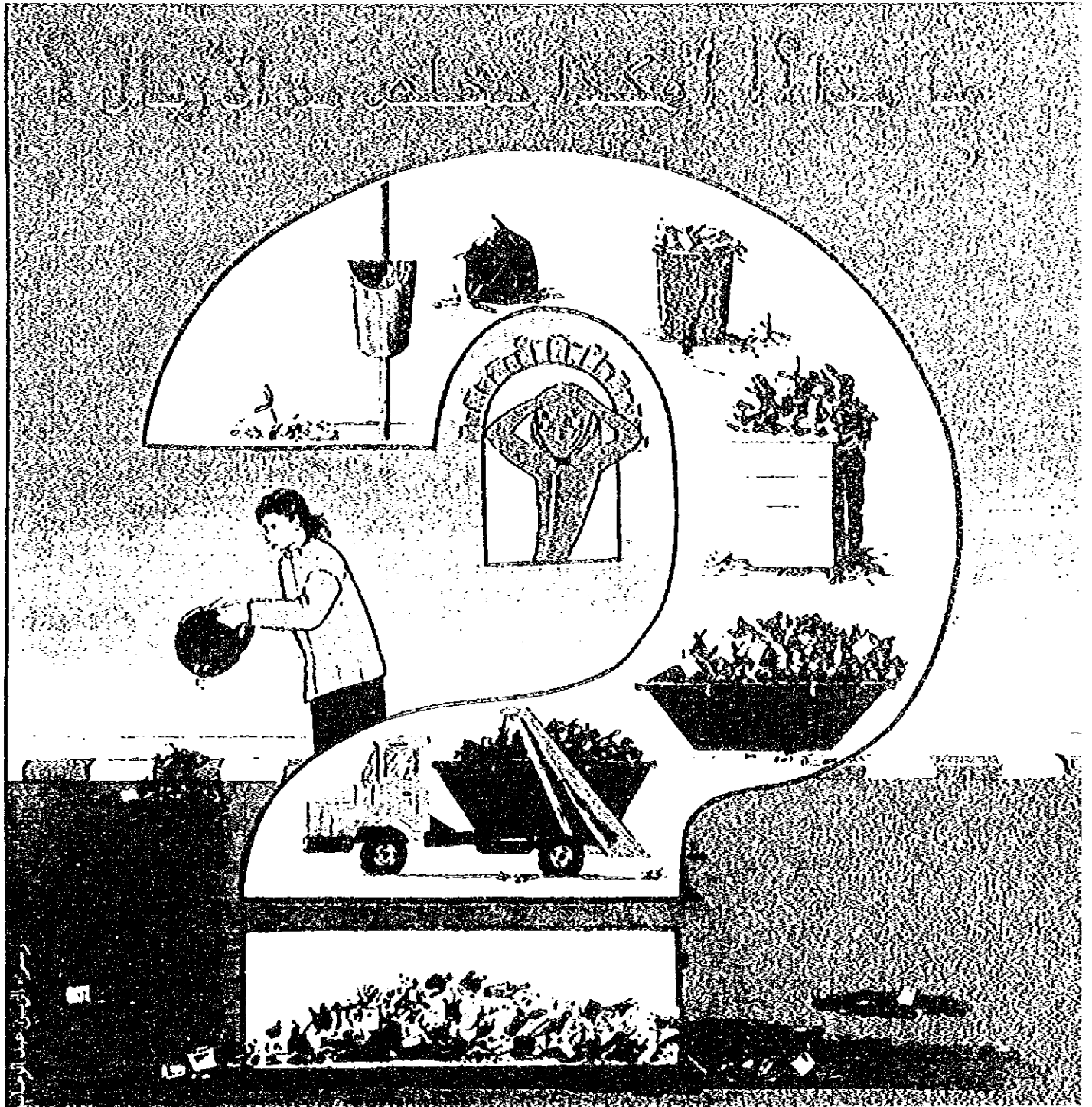
وزارة الداخلية - وزارة البيئة  
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي



Fig. 3.1-4. Affiche géante / 1ère série - grandeur réelle 2m x 2,5m (a)







أنا أساهم في نظافة مدينتي... وأنت؟



وزارة الداخلية - وزارة البيئة  
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي

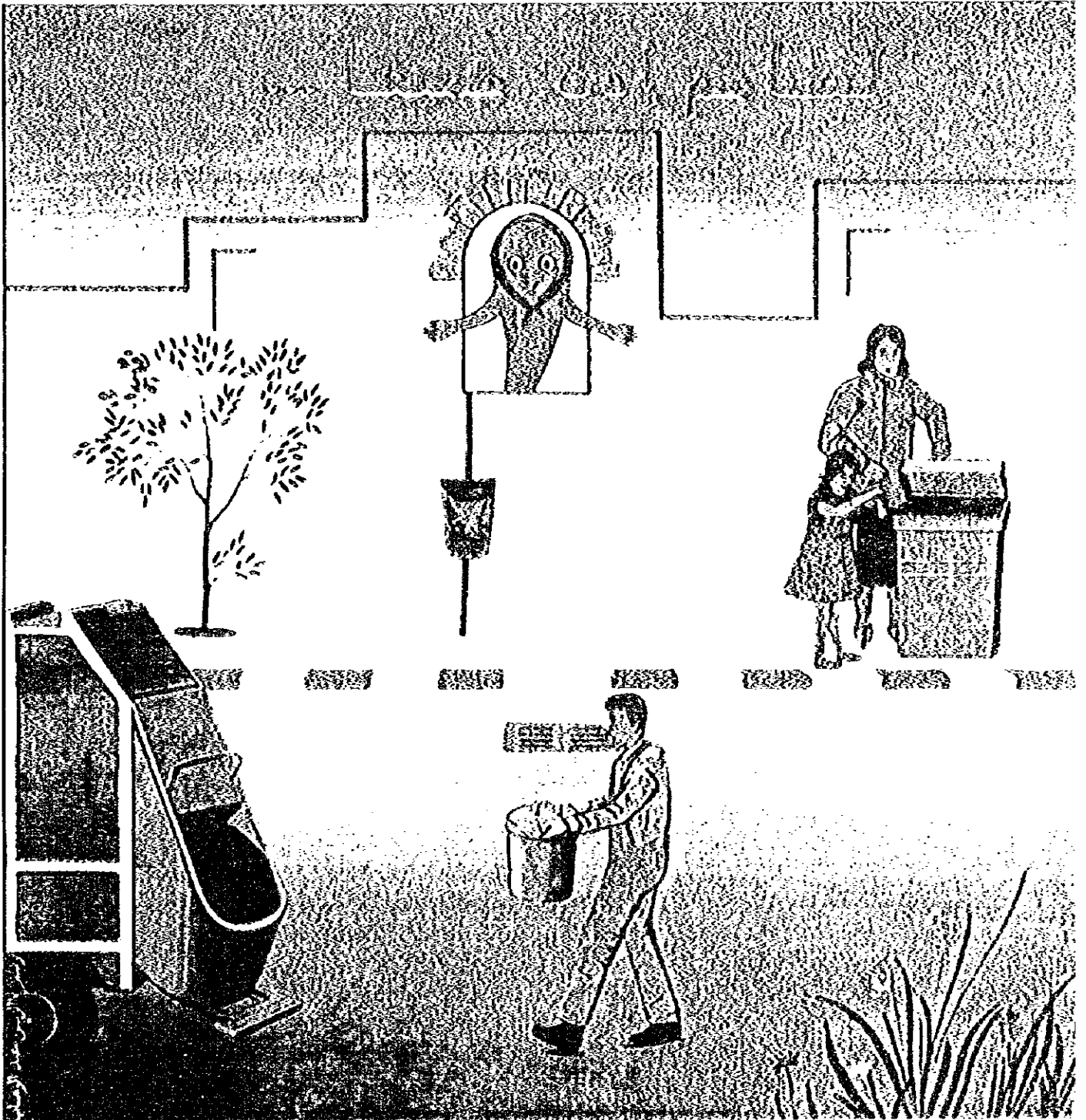


Fig. 3.1-5. Affiche géante / 2ème série - grandeur réelle 2m x 2,5m (b)

1

2

3



أنا أساهم في نظافة مدينتي... وأنت؟



وزارة الداخلية - وزارة البيئة  
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي

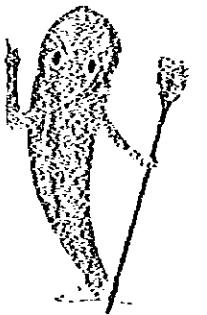
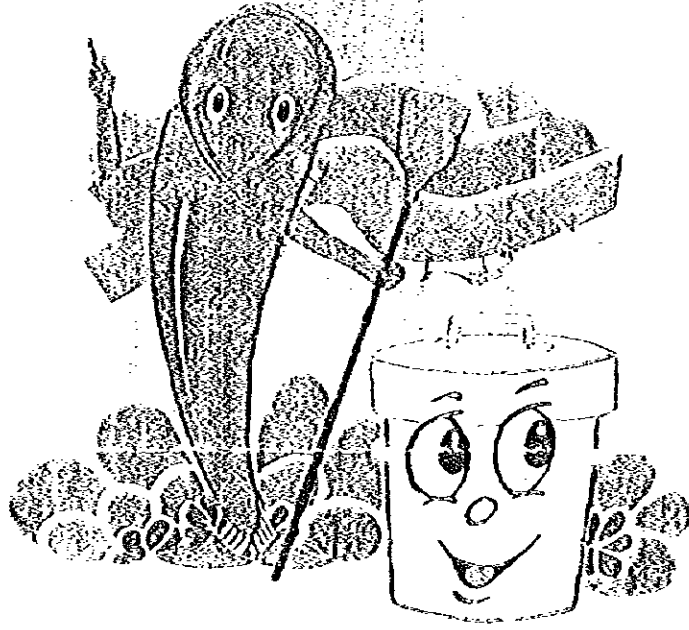


Fig. 3.1-6. Affiche géante / 3ème série - grandeur réelle 2m x 2,5m (c)



التفضاء على الأزبال راحة البال



اناقة حيننا بين ايدينا

أنا أساهم في نظافة مدينتي ... وأنت؟



وزارة الداخلية  
مدينة أسفي

وزارة البيئة  
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي



Fig. 3.1-7. Affiche standard / 1ère série - grandeur réelle 0,5m x 0,6m

1

2

3



# جميعاً مسؤولون بنظافة مدينتنا

أنا أساهم في نظافة مدينتي...! وأنت؟



وزارة الداخلية  
مدينة أسفي

وزارة البيئة  
الوكالة الجهوية للتعاون المدني



Fig. 3.1-8. Affiche standard / 2ème série - grandeur réelle 0,5m x 0,6m





## **3.2. Le bilan du projet "dépliant et carte postale"**

### **3.2.1 Les objectifs du dépliant et de la carte postale**

#### **1) Le dépliant**

Une information périodique des efforts qui sont faits pour bien gérer les déchets et contrôler les nuisances est utile pour la communication entre les communes et les habitants. Le dépliant se situe dans cette perspective de long terme d'une meilleure communication entre la population et les communes. La cible du dépliant est en principe le public éduqué des adultes ou des enfants. C'est ce public qui peut bénéficier au mieux des informations présentées dans le dépliant.

Le dépliant a pour but:

- de s'insérer dans un processus de continuité pour tenir l'habitant informé; il faut considérer ce dépliant comme le premier élément d'une chaîne;
- de compléter les autres moyens de sensibilisation par une information précise, notamment de compléter les messages d'affiches;
- d'informer l'habitant de manière synthétique (entrées multiples);
- de renforcer la coordination des différentes parties concernées au niveau de l'organisation nécessaire à la conception, la réalisation, et la distribution;
- de faire contribuer le plus possible les membres de la commission dans la réalisation du produit, et les représentants des communes en priorité.

#### **2) La carte postale**

L'intérêt de la carte postale est de pouvoir donner un message fort par l'image, accessible à toute la population, qu'elle soit lettrée, illétrée, adulte, ou infantile. Elle est l'équivalent de l'affiche avec en plus une appropriation personnelle et une durabilité par "adoption" dans le foyer. La cible est donc l'unité familiale.

La durabilité de ce support et sa consultation périodique sont favorisés par les facteurs suivants:

- insertion dans une collection d'images et conservation dans une boîte ou un tiroir;
- archivage avec le courrier;
- décoration murale ou sur un bureau.

### **3.2.2 La description du dépliant et de la carte postale**

#### **1) Le format et le contenu du dépliant**

Le dépliant est une feuille de papier d'un format A4 dans la largeur, et B4 dans la longueur, plié en 3 volets selon le modèle marocain standard (ouverture par le volet droit). L'impression est sur papier glacé 170g, en quadrichromie recto et verso. C'est un format agréable au regard et pratique d'utilisation, offrant un espace de communication approprié pour une information assez détaillée.

Le slogan qui personnalise le dépliant en première page est: "A Safi, on pense aux déchets, on agit contre les déchets, on prépare l'avenir". L'idée est de mobiliser les citoyens contre

les nuisances induites par les déchets non seulement pour améliorer le cadre de vie du présent mais aussi pour assurer la qualité de la vie du futur. La prise de conscience de cette dimension capitale du futur a été considérée comme un motif supplémentaire de dynamique contre les déchets, et de responsabilisation plus grande des citoyens.

## 2) Les éléments graphiques et textuels du dépliant

Le dépliant fait intervenir différents éléments et outils de communication capables de toucher la sensibilité du public:

- le dessin qui fait déjà partie de la 2ème série des affiches standards;
- les dessins porteurs de messages: une série de dessins éloquentes qui complètent le texte en donnant des messages clairs, et qui équilibrent l'ensemble du dépliant;
- la calligraphie: des slogans ont été préparés par un calligraphe;
- le texte et les données: il s'agit des données spécifiques à Safi dans la plupart des cas; ces données sont généralement issues de l'étude de la mission JICA à Safi;
- les citations et les slogans d'origine religieuse, royale ou politique.

## 3) L'organisation technique du dépliant

Les 6 facettes de lecture du dépliant ont été utilisées de la manière suivante:

En recto:

- la page de présentation: le dessin d'affiche, le logo de la mascotte, le slogan qui donne le ton général du dépliant;
- une page de référence: un petit lexique des déchets;
- une page d'information sous la forme de réponses à 3 questions.

En verso:

- une page sur le rôle des Communes et de la Communauté Urbaine dans la gestion des déchets, ainsi que sur les activités correspondantes;
- une page de réflexion sur le rôle que peut jouer le citoyen pour améliorer la GDS;
- une page centrale des principes de base de la propreté et de la gestion des déchets selon des sources qui font autorité; il s'agit notamment de sentences religieuses, d'un extrait de la lettre de Sa Majesté le Roi adressée aux communes en 1996, et d'une référence à la Stratégie Nationale pour la Protection de l'Environnement et le Développement Durable).

Une copie réduite du dépliant est proposée dans les Fig. 3.2-1 et 3.2-2.

## 4) La carte postale

La carte postale présente l'image forte d'une ville dégradée par les déchets que personne ne souhaite. Il s'agit donc d'un message très négatif qui attend de la part de l'utilisateur une réaction positive de refus d'une telle situation, et donc de réflexion. Le côté très artistique du dessin donne de la valeur à ce produit et fait bien passer la négativité du message. La Fig. 3.2-3 est une représentation réduite de la carte postale en recto / verso.

### 3.2.3 La préparation des matériels

Un groupe de travail a été constitué pour la préparation de ces matériels. Il s'agissait notamment d'impliquer directement les communes dans la préparation des dépliants, dans un objectif de sensibilisation. Cet objectif n'a pas été tenu, et les intervenants du groupe de travail ont finalement été les suivants:

- la Délégation de l'Education Nationale
- la Délégation de la Jeunesse et des Sports
- la Délégation de la Santé Publique
- l'association ACL
- JICA

Un montage du dépliant a été présenté au fur et à mesure de son élaboration auprès des intervenants du programme lors des réunions générales. Les remarques ont été prises en compte de façon à améliorer le montage. Le montage a été présenté à Mrs les Présidents et à Mr. le Premier Khalifat du Gouverneur, pour sa finalisation.

La carte postale a été réalisée en combinant la mascotte de Safi avec un dessin d'enfant, réalisé dans le cadre du concours de dessin à l'école. Elle a récompensé le meilleur dessin parmi les 3 retenus pour la réalisation des matériels de sensibilisation.

### 3.2.4 La distribution des matériels

#### 1) Les quantités distribuées

Le nombre de dépliants a été évalué en prenant en compte 2 facteurs:

- un taux d'illétrisme élevé à Safi;
- une période de distribution qui porte éventuellement sur plusieurs années.

Le dépliant a été produit en 20.000 exemplaires. La carte postale a fait l'objet de 50.000 exemplaires. Les quantités mises en distribution sont spécifiées dans le Tableau 3.2-1.

**Tableau 3.2-1. Inventaire des quantités pour la distribution des dépliants et des cartes postales (à la date du 21 février 1997)**

	dépliants (20000)	cartes postales (50000)
Cté Urbaine et communes	2900	19800
Province	100	500
Délégation Education	7000	10000
Délégation Santé	5000	5000
Délégation Jeun. / Sports	1000	2000
Délégation Aff. Cult.	200	500
Délégation Entraide Nat.	1000	1000
ACL	2000	10000
Assoc. Environ. Devpt.	600	1000
JICA /MOE	200	200
TOTAL	20000	50000

## 2) Les moyens de distribution

Les moyens de distribution ont été diversifiés le plus possible, de façon à assurer une diffusion élargie. Les moyens suivants ont été considérés:

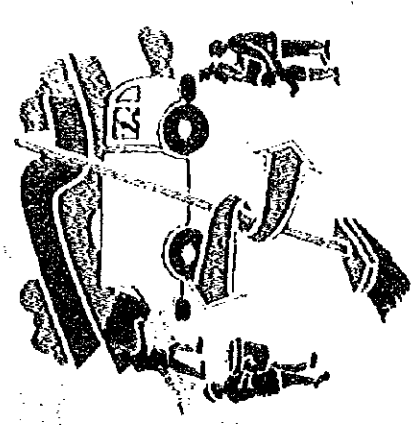
- Distribution lors des activités de sensibilisation telles que la cérémonie de lancement, l'exposition publique, et le visionnage vidéo;
- Distribution dans les différents réseaux pris en charge par les délégations provinciales. Par exemple, la délégation de la Santé Publique assure une distribution par les centres de santé et les hôpitaux. La Délégation Provinciale de l'Entraide Nationale s'est jointe à la commission de programmation et d'exécution du programme lors de la phase d'exécution et à la demande des membres de la commission.
- Distribution dans les différents réseaux pris en charge par les associations.

Le réseaux de distribution est présenté dans le Tableau 3.2-2.

**Tableau 3.2-2. Le système de distribution des matériels de sensibilisation**

	éléments du réseau de distribution
lors des activités de sensibilisation	transport urbain, camions de collecte des déchets, cérémonie de lancement,
Province	siège de la province
Délégation Education	siège de la délégation écoles primaires et collèges (classes de la 5ème à la 8ème)
Délégation de la Santé	20 formations sanitaires
Délégation Jeun / Sports	siège de la délégation, 5 foyers féminins, 3 garderies d'enfants, 4 maisons des jeunes, formation professionnelles (coiffure, dactylo, couture, informatique, gouvernantes)
Délégation de l'Entraide Nationale	7 centres d'éducation du travail, 5 centres d'éducation sociale, 1 association musulmane de bienfaisance, 1 orphelinat;
Délégation des Aff. Cult.	siège de la délégation
ACL	siège de l'association, EST, ISTA, école maritime, écoles privées, service social de l'OCP
Assoc. Environ. Devlpt	activités de l'association

بأسفني  
نفكر في المستقبل  
نعمل على تدبير النفايات  
المنظافة تربية وفق



أنا أسأهم في نظافة مدينتي... وأنت؟



وزارة البيئة - وزارة التخطيط  
الوحدانية اليابانية للموارد العربي



تصنيفات

النفايات الخطرة : وهي نفايات المنازج، الأسراق، الأوزة  
والعوارض وتتصلب النفايات الخطرة مثل مواد مختلفة، منها ما هو  
سام وغير سام ضئيلة.  
نفايات المستشفيات : وهي النفايات التي تتسببها  
العمليات، وطب الأسنان والعيادة، والواجب أن تتصلب العمليات  
معالجة نفاياتها ولكن الواقع غير ذلك، إذ يمتلئ مكبات النفايات بجميع  
هذه النفايات ويحدث طفرة في الزيادة العمرية.



النفايات الغذائية : وتسمى  
مخلفات حيوانات الرعي والزراعات  
والساعات الغذائية، وتسمى بسبب  
هذا النوع مشاكل عديدة.  
النفايات الصناعية : وتسمى  
عن المصانع وهي إما سائلة أو  
صلبة أو سائبة، والواجب أن تتصلب  
المعامل بمعالجة نفاياتها ولكن العماد  
المستوردة والمراشقة يصل منه  
النفايات فرغ بالزيادة العمرية.

معالجة النفايات

توجد طرق متعددة لمعالجة أي زيادة النفايات الخطرة : الترميد،  
التسليم أو الإزاح بالترربة، وهذه الطريقة الثالثة هي المستعملة بالقرب  
لشمال ليبيا، ومخاض كالتسليم، ولكن يجب مراعاة المراقبة ولا تتكيف  
نظية أضرار كبيرة.

أخبر هذا الطريق من طرف مدينة أسفي

مكتب م.ب.م  
تلفون: 011 62 70 762 68  
فاكس: 011 62 70 762 68

ما هي كميات النفايات المنزلية اليومية ؟  
إن كمية النفايات التي يتخلفها من طرف البيوتات الثلاث  
تتلقى تتجاوز 40 ألف طن في السنة، أي ما يعادل حوزة 15 ألف  
شاحنة، وتقدر الكمية التي تتجمع يوميا بحوالي 130 طن، وذلك  
بمضي مر ومع من هذه الكمية، أي أكثر من الثلث، لا يتخصص  
ومع التطور الاقتصادي وتطور ظروف الحياة تزداد كمية النفايات،  
وقد تصل إلى 7/3 سنوية حسب آخر التقديرات.

كم تتخلف معالجة النفايات ؟

التكلفة الإجمالية لمعالجة النفايات البلدية تسمى تسمى بحوالي 11  
مليون درهم سنويا، وتقتطع ضريبة الكس، التصنيع والإنتاج بالترربة  
العمرية، وتوقع تكلفة الترتيبات بعد خصمها ومداخيلها إلى حوالي  
500 درهم عن كل طن (حسب الترتيبات المتبعة من طرف مدينة أسفي)،  
والرعاية البلدية للمعدن [ ] الدولي تحت إشراف وزارة البيئة،  
ولا يمكن تسيير التكلفة الحقيقية إذا أخذنا بعين الاعتبار الأثر  
المستطعة كما تسمى على الصحة مثلا، من المعروف أن تكاليف الرعاية  
أقل كثيرا من تعرض المواطنين الضحية، فندمنا بمسار الموازين الضخامة  
وأخيرا وسنذكر بومبا، لكونه يساهم في نفس تكاليف خدمات الأسمت،  
بها.

لماذا الاهتمام بالنفايات المنزلية ؟

تحدث النفايات المنزلية أضراراً يومية للسكان، وهي تزداد وتعتمد،  
مباشرة على تغير ظروف لائنة مستخدماتها العديد من الفئاض على صحة  
السكان كما تكثر الحشرات مثلا إضارة إلى أن تكثر الضباب على حماية  
المدينة وسلامة البيئة.  
ولا يختلف اثنان من أن هذه الآثار الضارة الضريب لسيما تتناقض  
وأهداف تحسين ظروف الحياة.

Fig. 3.2-1. Reproduction de la page recto du dépliant en réduction

1

1

1

### من يعالج الغايات الحضرية ؟

الوقتة أنشطة للجماعات الحضرية تقدم مساعدة الثابت لأي جمعية حضرية أساسية من خدمات الجماعة.



### الجماعات والمجموعة الحضرية بأسفهي ؟

تكتب هذه الجماعات من أهدافها لتأمين تسيير الثغارات، فليس تشمل حوالي 400 شخصاً لجميع الأقاليم الترابية وتضيق الأوقات والشوارع، مستعملة 30 ساعة، ويعترف المسؤولون بأن هذه الرسائل تبقى غير كافية، وطند مدة قصيرة تستعمل جماعة بر الذهب شاحنين منظريين، وكنا 200 صندوق تصامة حضامتي، وقد استفادنا من هذه التجهيزات أن تؤدي إلى فاعلية أكثر في جمع الأقاليم بفضل مساهمة السكان.

ويعبري حالياً دراسات لمعرفة كميات ثغارات المنازل قصد تحسين خدمات جمعها، كما تعمل المجموعة الحضرية على تحديد منطقة لائحة كثرية قومية غير معروفة بالسكان والبيئة.

وأخيراً تنظم حملات النظافة وإزالة البقع السوداء، وأخيراً حملة يونيو 1996 والتي أنضمت نتائج مرضية.

## التجاذفة عن الإيمان

### « طهرن القساير في البر والبر كما كسبت أيدي الناس » -

سورة الروم - الآية 41

### « وإما طه الأذى عن الطريق صدقة ».

حديث شريف

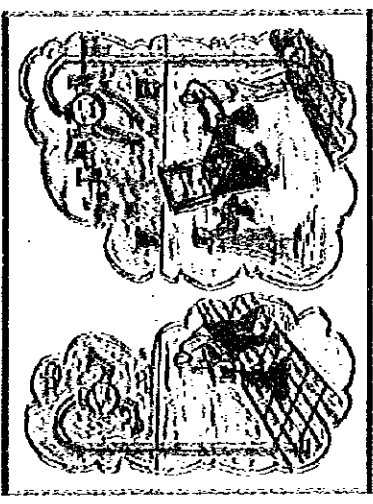
« وَكُنْ مِنَ الَّذِينَ إِذْ أَذَى الْأَرْضَ وَالنَّاسَ، وَالشَّكْرَ فِي الْبُلْدَانِ وَأَنْتُمْ عَاثِمُونَ الْخَيْرِ وَالْقُرْآنِ عَلَى اسْتَعْدَادٍ لَمْ يَلْعَبْ مِنْ أَجْلِ الْخَيْمَةِ عَلَى كَطَائِفَةٍ مَدْرَتِهِمْ »

من الرسالة العددية 10-30-96

- ضمن أهداف «الاستراتيجية الوطنية للبيئة والتنمية المستمرة» :
- \* تحسين تسيير الثغارات
- \* الوقف من معدلات نجس الثغارات وإعادة استصلاحها
- \* الإلقاء التدريجي للتراث الغير المرادفة.

### كيف يساهم المواطن في حل مشكل «الأزبال» ؟

بالفكر أكثر في ثغابته : فعالية ما نتخلص من الثغارات بدون أذى تساقط منها، ونكون على كل واحد منا أن يأخذ بعين الاعتبار أن الجميع يتحمل، فالتالي فهو يتضح ثم يستهلك أكثر من السابق، فلا يمكن أن نتعامل مع الأقاليم غير موجودة، ولا فإنا نترك عند المشاكل بجوارنا ونأخذ بالظهور الحضري بشكل غير لائق، فالوقت الإجماعي حالياً هو التفكير في ثغارات بدون فحل ولا حلول.



### نظافة مدينتنا بين أيدينا

الرجوع : عبد الرحيم الشرقاوي  
الطبيب - محمد إدريس

Fig. 3.2-2 Reproduction de la page verso du dépliant en réduction

16/05/2014

16/05/2014

16/05/2014





رسم: السعدي خالد (إعدادية سيدي واصل)

Reproduction interdite - Imp. I.M.B.11 - Tél: (04) 62.68.21 / 74.74



Four horizontal dashed lines, likely a placeholder for an address or recipient information on the postcard.



وزارة الداخلية  
مدينة أسفي

وزارة البيئة  
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي

Fig. 3.2-3 Reproduction réduite de la carte postale, recto et verso



### **3.3. Le projet "activités scolaires"**

#### **3.3.1 Le contexte et les objectifs**

Le rôle de la sensibilisation à l'école est très important pour les raisons suivantes:

- éduquer la mentalité et l'attitude citoyenne de la société pour la prochaine génération;
- assurer la continuité de l'éducation sur le long terme;
- sensibiliser les adultes par l'intermédiaire des enfants.

Dans le cadre du projet, les activités scolaires sont celles qui sont organisées par la Délégation Provinciale de l'Education Nationale, en coordination avec la Communauté Urbaine. Les objectifs du projet de sensibilisation à l'école sont les suivants:

- Faire participer les élèves et les collèges dans la préparation des supports de sensibilisation que sont le cahier éducatif et la carte postale;
- Créer des liens sensibles auprès des élèves entre le volet publique et le volet scolaire du projet de sensibilisation, notamment par le biais des supports (carte postale), à travers l'exposition publique des dessins d'enfants, et lors de la cérémonie officielle de la distribution des prix;
- Faire réfléchir les élèves sur le problème des déchets solides par un cours spécial sur le sujet organisé par les enseignants d'une part, et le visionnage vidéo d'autre part;
- Faire participer les élèves des classes de chimie du lycée technique à une activité de réflexion sur les déchets toxiques en quantité dispersée.

La réalisation de ces objectifs repose sur la préparation et l'exécution des étapes suivantes:

- le concours de dessins;
- la préparation du cahier éducatif;
- la pré-sensibilisation des enseignants;
- le visionnage vidéo avec distribution des cartes postales et des dépliants.

#### **3.3.2 Les groupes cibles**

Les groupes cibles sont les suivants:

- écoles primaires, classes de 5ème et 6ème années (élèves de 10 ans);
- collèges (11 collèges à Safi), classes de 7ème (élèves de 12 à 14 ans);
- lycée technique, 3 classes de chimie, environ 40 élèves âgés de 16 ans.

Les groupes cibles classés d'après les types d'activités sont les suivants:

- concours de dessin: classes de 7ème;
- distribution du cahier éducatif: classes de 5ème et 7ème;
- distribution des cartes postales: classes de la 5ème à la 7ème;
- visionnage vidéo: classes de la 5ème à la 7ème;
- sensibilisation aux déchets toxiques: les élèves de la classe de chimie.

#### **3.3.3 Le concours de dessins**

Le concours de dessin s'est adressé aux enfants des classes de 7ème, représentant 7 collèges de la ville de Safi. Les collèges qui ont participé sont classés par collège et par

commune dans le Tableau 3.3-1. En tout, 380 enfants ont participé au concours, et 336 dessins ont été remis à la délégation.

La préparation du concours s'est faite grâce aux enseignants coordinateurs qui dépendent du Bureau des Activités Socio-pédagogiques, Culturelles et Educatives. Ces enseignants ont organisé des séances de sensibilisation pour les élèves volontaires au concours. Les enseignants ont pris chacun l'initiative de sensibiliser les élèves à leur manière. Les séances se sont déroulées au début de Décembre. Elles ont été précédées par une réunion de sensibilisation des enseignants en présence de JICA.

Pour faciliter le concours et préparer en amont les meilleures conditions possibles pour l'exposition des dessins à moindre coût, des feuilles de papier dessin pré-imprimées avec cadre et éléments d'identification ont été distribuées aux élèves.

**Tableau 3.3-1 Liste des collèges qui ont participé au concours de dessin, par commune**

Boudheb	Biada	Zaouia
1. Oued Eddahals 2. Idriss II	1. Al Fihrya 2. Moulay Youssef 3. A Tayeb Benhima	1. Sidi Ouassel 2. Bir Inezarane

### 3.3.4 La sélection des dessins et la remise des prix

L'objectif du concours était de sélectionner 3 dessins destinés à servir de support de communication à part entière (carte postale) ou bien à être intégrés dans un seul support (le cahier d'élève). La sélection a été faite par les enseignants coordinateurs, le Bureau des Activités Socio-pédagogiques, Culturelles et Educatives, et la mission JICA.

Les prix de récompense étaient répartis de la manière suivante:

- 1er prix: carte postale (50.000 unités);
- 2ème prix: dépliant (20.000 unités);
- 3ème prix: cahier éducatif (10.000 unités).

En plus des dessins primés, une cinquantaine de dessins ont été retenus pour être exposés en public et dans les écoles.

Les prix de récompense ont été distribués aux élèves avec la double participation de JICA et de la Délégation de l'Education, dans le but de récompenser les 3 premiers prix ainsi qu'un certain nombre de participants. Une remise des prix a été organisée au sein de la délégation le 29 Janvier 1997, en présence du représentant du délégué de l'Education Nationale, du chef du Bureau des Activités Socio-pédagogiques, Culturelles et Educatives, des enseignants coordinateurs, et de la mission d'étude JICA. Il s'agissait d'une remise de prix provisoire pour les 3 premiers prix, étant donné que la remise des prix officielle avait été programmée dans le cadre de la cérémonie de lancement des activités.

### **3.3.5 Le cahier éducatif**

#### **1) Les caractéristiques du cahier comme support de sensibilisation**

L'idée du cahier d'école est de fournir à l'élève un support utile dans sa vie quotidienne, qu'il consulte à tout moment. La couverture est le support utilisé pour faire passer des messages, des informations, et des données de réflexion.

Les avantages du cahier en tant que support de communication sont multiples:

- L'élève se retrouve avec un matériel connu, qui fait bien partie de sa vie quotidienne, et qu'il peut s'approprier facilement;
- Le fait de consacrer les pages de couverture aux dessins primés permet de personnaliser le cahier, de motiver les élèves, de leur donner un sentiment d'appropriation plus fort; l'aspect ludique de la couverture du cahier facilite un usage personnel;
- Le cahier a une certaine durabilité dans la vie de l'élève, surtout s'il a un usage personnalisé; le choix des classes pour la distribution des cahiers a d'ailleurs été fait en tenant compte de ce critère;
- Le cahier ne passe pas inaperçu à la maison; il va donc s'adresser également aux parents à la maison, soit directement, soit à travers le dialogue entre l'enfant et l'adulte.

#### **2) Les objectifs du cahier**

Les objectifs du cahier sont les suivants:

- en faire un outil d'information sur le problème des déchets municipaux en général;
- susciter la réflexion des enfants sous la direction de l'enseignant en leur apportant des données de comparaison; le rôle de l'enseignant est essentiel pour la qualité et la portée de cette réflexion;
- apporter des messages de comportement de manière agréable.

#### **3) La description du cahier**

Le cahier éducatif est un cahier d'écolier classique dont la couverture a été utilisée comme support de sensibilisation et d'information. Les pages recto de la couverture sont illustrées en couleur et proposent des messages visuels sur les déchets. Les dessins d'enfants y sont imprimés. Les pages verso sont purement textuelles et sont les supports d'information à utiliser lors du cours de sensibilisation.

Les pages de couverture du cahier sont reproduites et traduites dans les Fig.3.3-1, et 3.3-2. Les pages verso se présentent de la manière suivante:

- une page de données comparatives entre 4 pays: le Maroc, la Tunisie, le Japon, et la France.
- une page de réflexion sur le problème des déchets municipaux, sous la forme de questions. Des messages d'attitude sont ajoutés.

Les informations apportent la connaissance requise pour pouvoir s'intéresser à ces données. L'approche comparative internationale permet à la fois de mieux situer le cas marocain et d'éveiller l'attention, ainsi que de montrer la diversité des situations.

### **3.3.6 La sensibilisation des élèves des lycées**

#### **1) Le contexte**

Les élèves des classes scientifiques des lycées utilisent des produits chimiques en laboratoire. Les déchets de ces produits présentent des problèmes de stockage, d'évacuation, et même de traitement, puisque une partie est placée en conteneur avant d'être collectée par la commune pour être mise en décharge. Les 3 classes de chimie du lycée technique sont les plus directement concernées.

La Délégation Provinciale de l'Education Nationale a décidé de prendre appui sur le projet de démonstration de l'éducation du public pour développer un projet de sensibilisation des élèves des lycées sur le thème des déchets toxiques. Les collèges pourraient être éventuellement concernés dans un deuxième temps.

Ce projet permet de compléter les autres activités de sensibilisation à l'école sur le thème des déchets ménagers de la manière suivante:

- il prend pour cibles les lycées dans un premier temps;
- il prend pour objectif la sensibilisation des élèves sur les déchets toxiques;
- il est une opportunité pour continuer les actions de sensibilisation entreprises à l'école primaire et au collège;
- à long terme, ce type de projet crée des conditions favorables pour envisager une action d'éducation.

Ce projet peut faire figure d'exemple de continuité des actions de sensibilisation qui sont développées à l'école grâce à la volonté des coordinateurs de la Délégation de l'Education Nationale. Il peut faire boule de neige et avoir un effet d'entraînement à Safi ou par rapport à d'autres communes du Maroc.

#### **2) Les objectifs**

L'objectif est de sensibiliser les élèves sur les aspects suivants:

- les dangers et la nocivité qui sont associés aux substances utilisées dans le laboratoire;
- les méthodes d'un stockage de sécurité;
- les risques liés aux méthodes d'évacuation, notamment les rejets de substances à l'évier ou la collecte par les services de la commune pour une mise en décharge;
- les problèmes sanitaires et environnementaux posés par les déchets de telles substances.

#### **3) La méthode**

L'idée du projet est de sensibiliser les élèves dans un processus en cascade, en partant des classes de chimie qui sont en tête, de la manière suivante:

- sensibilisation des élèves sur le problème des déchets en général, dans les 3 classes de chimie du lycée technique, en utilisant les matériels éducatifs que sont le dépliant, le cahier, et la carte postale;
- sensibilisation des élèves sur le problème spécifique des déchets toxiques dans les 3 classes de chimie du lycée technique, en utilisant un document pré-existant et décrit dans la section 3.6.6;

- sensibilisation des élèves sur le problème spécifique des déchets toxiques dans les autres classes des lycées et collèges, en utilisant un document réalisé par les élèves des classes de chimie.

#### 4) Les phases du projet

Le projet doit s'étaler sur plusieurs mois à l'initiative de la Délégation de l'Éducation Nationale. Il comporte les phases suivantes:

- planification et coordination en accord avec les enseignants concernés et l'administration (fin Février 1997)
- sélection et sensibilisation des élèves des classes de chimie intéressés au projet (Mars 1997);
- animation d'une activité de recherche conduite par les élèves (Mars / Avril 1997);
- préparation par les élèves d'un document ou dépliant faisant état des résultats de leur enquête (Avril 1997);
- sensibilisation des classes des lycées d'enseignement général et éventuellement des collèges en utilisant le dépliant préparé par les élèves (Mai 1997).

#### 5) L'activité de recherche / enquête

Les coordinateurs et les enseignants vont guider les élèves pour leur faire réaliser un travail d'enquête. Il s'agira d'un inventaire des substances utilisées, de l'état du stockage, des dangers potentiels liés au stockage et à la méthode d'évacuation des substances.

#### 6) Le document de sensibilisation

Le document qui sera utilisé initialement dans les 3 classes de chimie du lycée technique est un document qui a été créé par la Direction Régionale de l'Environnement et de l'Énergie, Région Rhône-Alpes. Il a été récemment publié à l'intention des lycées de la région Rhône-Alpes. La Direction a accepté de mettre à la disposition des élèves des copies de ce documents, dans le cadre du projet de sensibilisation de Safi.

Le document donne une bonne présentation d'ensemble des déchets toxiques en quantité dispersée tels qu'on peut les trouver dans un lycée. L'information fournie par le document contient un lexique des termes, une classification des substances, une illustration de l'étiquetage des dangers et de la nocivité des substances, et des recommandations de collecte et de stockage.

En dehors de quelques données générales quantitatives spécifiques à la France, l'ensemble du document est bien adapté à un usage sans rattachement géographique particulier. Il correspond parfaitement aux objectifs que se sont donnés les coordinateurs du projet.

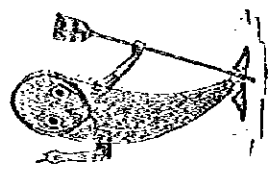
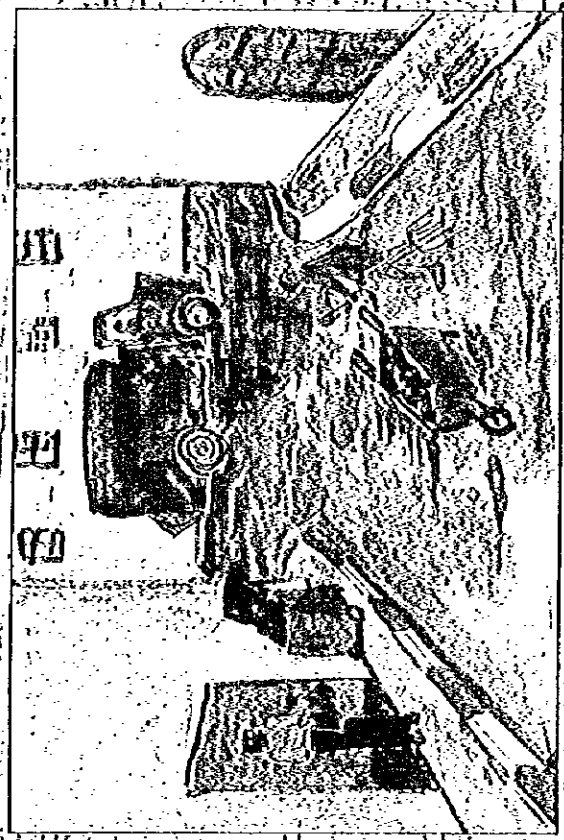




باسمعي

تخفرك في المستقبل

تعمل على تدبير النفايات



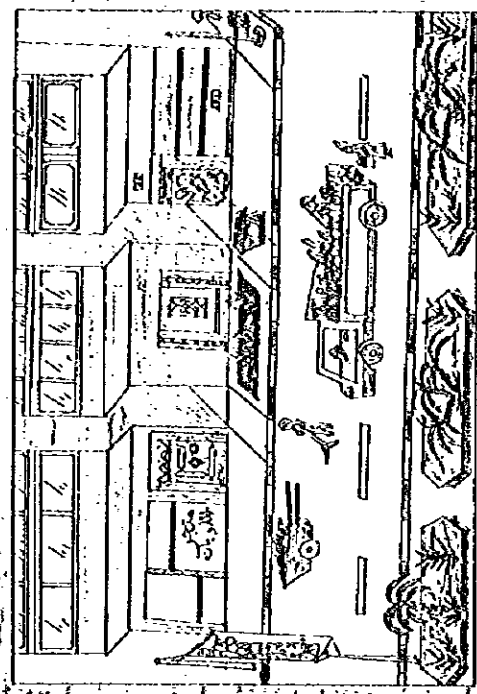
أنا أساهم في نظافة مدينتي ... وأنت؟

وزارة البيئة  
الوكالة الوطنية للتعاون العربي  
وزارة الداخلية  
مدينة أسفي

تخفرك نفسك في البروتوكول كما كسبت أيدي الناس

سوق الروم - الأحياء

رسم عادل حازلي (العدادة سيدي بوسل)



وإنما طمة بالذي عن طريق صدقة

حديث شريف

طبعة MBH - أسفي

الهاتف : 66.68.21 / 66.74.74 (04) - الفاكس : 66.93.00

Fig. 3.3-1 Reproduction réduite des 2 pages de couverture du cahier éducatif, côté recto



## لو فكرنا قليلا في النفايات البلدية؟



**النفايات البلدية، ماهي؟**  
النفايات البلدية هي تلك التي يتم تحصيلها من طرف الحياصات، وفي المدن، تشمل النفايات ما يجمع من الشارع، الأسواق، المدارس والنزل، وتضم هذه النفايات الأخيرة مواد مختلفة مثل نفايات المطبخ، الورق، الزجاج والبلاستيك، وكذلك المواد السامة، ولو بكميات قليلة كالنفايات والأدوية القديمة.



**النفايات التي نلقي بها في صناديق القمامة، ما مصيرها؟**  
يلقى بها في الزبنة المرسومة، وهي طريقة جيدة إذا كان المرقع مرانيا من حيث كمية النفايات وظهورها. وتضيق الكميات المفرغة بالتراب فتدأب لجذب الحشرات وأضرار أخرى. كما تتخذ الإجراءات لمعالجة نفاياتها وغازاتها، مع تجنب تلوث المياه الجوفية. إذا كان موقع الزبنة العمومية مراقبا بطريقة جيدة، فإنه لا يتشكل أي خطر أو ضرر على الإنسان والبيئة. بينما تعد المرافق الغير المراقبة مصدر خطر وضرة.

هذه المرافق الغير المرابية، تشمل وتضيق النفايات؛ يتسرب السائل إلى الأرض مما يلوث المياه الجوفية إذا كانت قريبة للسطح، وفي مثل هذه الحالة تصبح مياه الآبار المعالجة غير صالحة للشرب، تتكون الغازات وتشمعل، وهذا ما يتسبب في تواجدها في المرافق، وبالتالي يتلوث الهواء والأظفر، هو وجود نفايات خطيرة، ناتجة عن الصناعات والمستشفيات.  
وهناك مشكلة النفايات التي لا يتم تحصيلها أبدا، إذ على أثر رمي بعض السكان لنفاياتهم في زاوية من الشارع أو يتراكم في زاوية، فهم يتساقطون، وعن جهل، في خلق مواقع مرسومة لإلترغ النفايات. ومثل هذه المصريات اللامستوية، لا تتسبب في إفساد منظر المدينة وعدم رضخ القاطن أو الزائر فقط، بل تساهم في تكاثر الحشرات والقران مما يهدد صحة السكان.



**ما الذي يجب فعله للمحافظة على المدينة من الأربال؟**  
تزداد كمية النفايات المنتجة، فإذا استمر كل واحد منا في التخلص من أرباله برصها في الشارع، فستتكاثر مواقع الأربال المصفرة، ويكثر حجمها. ولا أحد منا يرضى بأن تكون مدينته ملينة بالأربال وغير نظيفة ولذا فعلى كل واحد منا أن يساهم لتفادي مثل هذا المصير.

- في البداية، يجب أن نتجنب رمي أربالنا - مهما كانت قليلة - في الشارع، فهي ترمى في صناديق القمامة، وليس في أي مكان آخر.  
- عندما نذهب إلى العانة أو على شاطئ البحر، فلا يجب أن نترك قاذوراتنا هناك بل علينا أخذها معنا لرميها في الأماكن المخصصة لذلك.  
- علينا وضع صندوق القمامة في المكان المخصص له حتى تتسكن شاحنات المصاحبة من جمعها، فإنها تصندوق القمامة في بقعة فارغة أو في البحر عمل مضر بالجميع. ناهيك عن معاقبة القانون لمثل هذا الفعل.  
- عند أربال أربالنا بصندوق القمامة المرسوم، يجب مراعاة أحكام ذلك حتى لا نلقى الأربال بمد مرود الشاحنة.  
- ثم إن كل واحد منا يعرف خطورة النفايات وتسببها للأرض، فالواجب إذن أن نتخلص منها بشكل مسؤول.

## المباني

**مجموع السكان: 124 مليون نسمة**  
**كمية النفايات البلدية في السنة: 50 مليون طن،**  
في اليابان، يتم إنتاج 75% من النفايات البلدية الجسمة، وبنسبة 14% منها في أماكن الترفيه، وبعاد استعمال 4% منها، في الواقع، تعتبر عملية إعادة استعمال النفايات عملية صعبة. بإيجاز هذه العملية كل من البلديات والشركات الخاصة. حوالي 10 مليون من النفايات المنزلية (أوراق، قارورات زجاجية، أوثنيوم...)، تم إعادة استعمالها خلال 1998، حيث أعيد استعمال نصف الورق المنتج. نصف البلديات تقريبا تقوم بعملية الجمع الانتقائي، ويوجد في اليابان 120,000 وحدة وبنسبة 75% من السكان كمبر من عملية الجمع الانتقائي للنفايات، حيث يقوم هؤلاء بوضع هذه النفايات بصناديق قمامة مختلفة حسب نوع النفايات (زجاج، طلب ألبوم، أو ورق الجرائد مثلا).

## تونس

**مجموع السكان: 8.4 ملايين نسمة** (السكان الحقيقيون 5.4 مليون نسمة)،  
**كمية النفايات الحضرية في السنة: 1.3 مليون طن في السنة.**  
في تونس، تلقى معظم النفايات في أماكن الترفيه، هذه الأماكن غير مرابية. في تونس المدينة تم إنشاء مكان ترفيه مرابق سنة 1984، لكن لم يتم تطويره بطريقة جيدة. وقد أعيد تونس برنامج وطني لتدبير النفايات الصلبة الذي يهدف إلى اقتراح 29 أماكن ترفيه مرابية.  
حاليا، لا زالت إعادة استعمال النفايات مجرد عملية استعلاص للنفايات وهي غير مدروسة ويبدو قرايخ تنظيمية.  
إلا أن برنامج تدبير النفايات الصلبة يتضمن مشروع لتمرير النفايات من المفسر لتنظيم إعادة استعمال موادها بطريقة أفضل.

## فرنسا

**مجموع السكان: 56 مليون نسمة**  
**كمية النفايات البلدية في السنة: 24 مليون طن،**  
16 مليون طن منها هي عبارة عن نفايات منزلية. يتجمع أغلب النفايات المنزلية (98%)، بنسبة 65% منها في مكان الترفيه، وبنسبة 30%، باقي في فرنسا، تضيق الأربال مرسون أو إعادة استعمال النفايات. حاليا، تمزق أو تلقى في مكان الترفيه أغلب النفايات المنزلية، ويصح مكان الترفيه عبارة عن مكان للنفايات المنزلية أي مركز المدن الكبرى. لكن هذا التطور صعب التحسين، لأنه يتطلب الكثير من الوقت ويجعل من تدبير النفايات عملية باهظة التكاليف. يعتبر الجمع الانتقائي لإعادة استعمال النفايات من أساسيات المعالجة الأكثر كفاءة والأكثر صمودا، فالجمع الانتقائي يكون بالشموس في أماكن القمامة وكذلك في صناديق القمامة التي توضع في الشارع. ومن إضارة السكان بحيث يضمون فيها القارورات وأخران وذلك من أجل استعمالها واستخراج الزجاج والورق.

## المغرب

**مجموع السكان: 26 مليون نسمة، أكثر من 50% حقيقيون.**  
**كمية النفايات الحضرية في السنة: 5 ملايين طن في السنة.**  
تقل نفايات المطبخ أكثر من نصف النفايات المنزلية، 5 ملايين طن من النفايات في السنة يمثل ما يقرب من 5000 شاحنة مملوءة بالنفايات. تضيق كل يوم المدن المغربية من الأربال 85% من السكان يتلقون خدمة جمع النفايات ما يعني أن 15% من النفايات لا يتم جمعها. هذه النفايات تتساقط في مكانها (الشوارع والأزايح، القارورة) وتتساقط ما يسمى "النظف السوداء" في التراب، من نفايات الحياصات تلقى في مكان الشارع. لكن للأسف، لا يوجد بعد في مكان للتدبير المرابي، الذي يجعل معالجة النفايات ميسرا في المناطق والأضرار. إن إعادة استعمال النفايات غير مدروسة، لكنها يمكن الكثير من استخلاص النفايات من كسب عيشهم، يجب إذن الصعود من عملية استعلاص النفايات التي تتسبب في الكثير من المشاكل، مثلا كخطر الأضرار التي يتسبب من نفايات الحياصات.

Fig. 3.3-2 Reproduction réduite des 2 pages de couverture du cahier éducatif, côté verso

### **3.4. Le projet "vidéo"**

#### **3.4.1 Le contexte et les objectifs du projet "vidéo"**

##### **1) La cassette vidéo**

Le projet vidéo est indépendant du projet de démonstration de l'éducation du public à Safi, mais il le complète. L'objectif du projet est de disposer au niveau national d'un outil moderne et populaire de sensibilisation sur les déchets solides. La vidéo est co-produite par le Ministère de l'Environnement et JICA.

L'intérêt de produire une vidéo est apparu pour les raisons suivantes:

- la vidéo est un moyen populaire et efficace de sensibilisation;
- c'est un outil qui manquait dans la panoplie existante des moyens de sensibilisation sur le thème des déchets solides, au Maroc.

L'idée de départ était de produire une cassette vidéo destinée à sensibiliser le public sur les problèmes des déchets solides et de leur gestion. Le projet de faire un film sur la sensibilisation du public a évolué en cours de route et s'est élargi également à la sensibilisation des acteurs municipaux: ingénieurs et techniciens, rieurs, élus. Le résultat est donc un ensemble de 2 films à usages différents:

- un film à l'usage du grand public;
- un film à l'usage des communes.

##### **2) La projection de la vidéo**

La projection de film vidéo est l'activité de base pour organiser des rencontres entre la commune et le public sur le thème des déchets. La vidéo est donc un support qui peut directement induire la participation du public, au sens de dialogue direct avec la commune et d'autres citoyens en vue de comprendre et de résoudre certains problèmes des déchets. Cette forme de participation est importante pour faire évoluer les mentalités et les attitudes.

#### **3.4.2 La réalisation du film vidéo**

La réalisation du film vidéo a été faite par une agence de communication de Casablanca qui travaille régulièrement avec le Ministère de l'Environnement. Le financement a été assuré par le budget JICA. La réalisation a commencé en Août 1996 et s'est terminée en Février 1997, après de nombreux ajustements entre l'agence de communication, le Ministère de l'Environnement et l'équipe d'étude JICA.

#### **3.4.3 La description des films vidéo**

##### **1) La description d'ensemble**

Le style du film vidéo est documentaire et pédagogique. Le documentaire est structuré en plusieurs parties. Il est accompagné d'informations écrites ou de schémas d'explication. Les types de messages adressés au public cible sont les suivants:

- des messages de prise de conscience sur les problèmes des déchets tels que la santé publique ou les effets environnementaux potentiels;
- des messages de comportement citoyen vis à vis des déchets du ménage;
- des recommandations de gestion, notamment en ce qui concerne le contrôle des décharges.

Les points d'information sont les suivants:

- ce qu'est un déchet solide;
- ceux qui le génèrent;
- ce qu'on en fait (collecte, récupération, traitement);
- les problèmes;
- ce qui est fait pour résoudre ces problèmes;
- mais les difficultés au regard de la complexité des intervenants concernés;
- ce qui pourrait être amélioré si chacun prenait ses responsabilités;
- les bons actes en faveur de la propreté.

## 2) Le film vidéo à l'usage du grand public

Le film à l'usage du grand public a une durée d'environ 10 à 15mn et est composé des parties suivantes:

- le déchet urbain au Maroc;
- la collecte des déchets;
- des recommandations sur le comportement citoyen.

## 3) Le film vidéo à l'usage des municipalités

Ce film a une durée d'environ 20 à 25mn. Il comporte des parties identiques au film à l'usage du grand public, en dehors des recommandations sur le comportement citoyen. Une grande partie du film est consacrée aux problèmes de la décharge des déchets et aux recommandations techniques pour améliorer la mise en décharge.

### 3.4.4 Le visionnage des films vidéo

#### 1) La méthode du visionnage

Le visionnage du film vidéo est une étape essentielle pour faire de la vidéo un outil de communication et de participation entre l'assistance et les acteurs de la sensibilisation. La vidéo peut toucher toutes les catégories de public, et a l'avantage de mettre en contact différentes personnes. Le visionnage nécessite pourtant d'être animé et accompagné.

L'animation des séances vidéo a été assurée par les animateurs ou les coordinateurs des délégations provinciales, et par les animateurs des BMH dans le cas des communes. Les ressources disponibles ont été les suivantes:

- Délégation de l'Education Nationale;
- Délégation de la Santé Publique;
- Délégation de la Jeunesse et des Sports;
- Délégation de l'Entraide Nationale.
- Bureaux Municipaux d'Hygiène (BMH);
- les 2 associations participantes au projet;

L'accompagnement signifie la présence des acteurs du déchets, des responsables ou des élus, lors de la projection. Si le rôle de l'animateur est de lancer et entretenir le débat, celui de l'accompagnateur est de donner l'information précise, et de favoriser la démarche du dialogue entre la commune et ses habitants. L'accompagnateur est un ingénieur de la propreté, un ripeur, un technicien du secteur des déchets, ou un élu.

## **2) Les lieux de visionnage**

Les lieux de projection des films vidéo pendant la campagne de sensibilisation devaient être les suivants:

- enclos de l'exposition itinérante sur l'environnement urbain;
- locaux de l'association ACL;
- les centres gérés par la Délégation de la Jeunesse et des Sports (centres féminins, maisons des jeunes);
- centres de la Délégation de la Santé Publique;
- centres de la Délégation de l'Entraide Nationale;
- écoles;
- bibliothèques municipales.

## **3) Les plans de visionnage**

Les plans de visionnage comportent les dates et horaires des projections, les lieux, les thèmes de discussion envisagés, les types de public attendu, les noms des animateurs et accompagnateurs.

Les plans de visionnage devaient être préparés par les communes en coordination avec les délégations. Ces plans ont finalement été réalisés puis exécutés par les délégations. Les communes ont apporté leurs personnes ressources comme accompagnateurs. Une pré-sensibilisation des animateurs et des accompagnateurs, ainsi que des coordinateurs dans le cas des écoles, a été nécessaire.

Les séances de visionnage qui ont été planifiées comportaient différents publics cibles:

- visionnage interne: élus, techniciens, ripeurs;
- visionnage intermédiaire: animateurs, coordinateurs;
- visionnage externe: le grand public.

## CHAPITRE 4 L'EVALUATION DU PROJET

### 4.1 Les objectifs de l'évaluation

L'évaluation des résultats des activités d'éducation du public et de planification et d'exécution de ces activités répond aux objectifs suivants:

- identifier les problèmes potentiels afin d'améliorer la réalisation des programmes éducatifs, en l'occurrence la campagne de sensibilisation;
- évaluer l'efficacité des mesures développées pour la sensibilisation du public;
- améliorer et compléter les directives nationales de la GDS.

Dans le cadre de la campagne de sensibilisation, l'évaluation des résultats doit être considérée comme un moyen d'améliorer la réalisation des objectifs et par conséquent de justifier l'utilité de telles campagnes. Dans le contexte général de manque de ressources financières des communes, la réussite de la planification de la campagne et la réalisation effective des objectifs attendus de la campagne sont une obligation.

### 4.2 La méthode d'évaluation

L'évaluation générale du projet de démonstration devrait porter sur les aspects suivants:

- l'organisation et la mise en oeuvre du programme de sensibilisation;
- les supports de communication, leur usage et leur impact sur le public;
- la réponse générale du public (réaction, participation aux activités).

L'évaluation qui est présentée dans ce rapport ne prend en compte que le premier point. Il s'agit de l'évaluation principale dans un premier temps et en vue de l'objectif d'améliorer les directives nationales de la GDS. On peut appeler cette évaluation, l'évaluation du projet.

Les autres points ne peuvent être évalués que par une série d'outils comme la réaction des médias, un sondage d'opinion, ou bien d'autres indices de participation du public. Une évaluation correcte de l'impact auprès du public n'est possible que par comparaisons successives des situations avant et après les campagnes. On peut appeler cette évaluation, l'évaluation de la campagne.

L'évaluation de la campagne est une activité indissociable du projet et qui est gérée par la Communauté Urbaine. La réalisation de cette activité demande un certain suivi de la part de la Communauté Urbaine, ou plus exactement de la cellule de suivi qui doit assurer la continuité du projet. Etant donné le calendrier de la campagne, les résultats de cette évaluation ne sont pas encore disponibles.

L'évaluation de la campagne devrait comporter les aspects suivants:

- taux de participation du public aux séances vidéo et à l'exposition: nombre de visiteurs, catégorie, origine (scolaire ou adulte, homme ou femme, commune d'origine);

- comparaison de la perception du public avant l'enquête d'opinion et après, sur la base du sondage d'opinion réalisé par JICA auprès des ménages en Novembre 1996;
- sondages d'opinion durant la campagne, spécialement durant l'exposition itinérante.

### 4.3 L'évaluation des phases du projet

#### 4.3.1 L'organisation

La planification des activités a nécessité la coordination de nombreux partenaires, sous la responsabilité de la Communauté Urbaine. L'organisation a été satisfaisante globalement, mais le manque d'une bonne répartition des responsabilités a été le problème principal.

Dans certains cas, les communes n'ont pas bien compris l'importance de leur rôle dans l'organisation et dans le projet. La prise en charge de certaines responsabilités du projet par les communes pour mieux répartir les tâches a donc été difficile, ce qui a causé une mauvaise répartition des tâches parmi les acteurs du projet. La préparation du dépliant ou du plan de visionnage de la vidéo en sont des exemples. Par conséquent, les délégations provinciales et les associations ont pris une part plus grande que prévu dans les décisions. La Communauté Urbaine s'est trouvée parfois surchargée.

#### 4.3.2 La phase de planification

La commission de planification des activités s'est réunie régulièrement. La participation des délégations et des associations a été très régulière et motivante. Par contre, et à l'exception de Biada, le manque d'assiduité de la part des communes lors de ces réunions a limité leur participation dans la prise de décision et a causé un manque de coordination entre les communes et les autres membres de la commission. Ces insuffisances ont parfois débouché sur des remises en cause de décisions déjà prises et plus généralement sur des retards du calendrier.

Le manque de disponibilité de la part des communes est apparu comme un problème pour aboutir au meilleur consensus possible sur le projet, et bien que cela eût certainement des causes justifiées, comme par exemple:

- la difficulté d'intégrer le projet dans leur calendrier déjà chargé;
- les contraintes du calendrier de réalisation du projet;
- les aspects institutionnels, notamment l'absence de responsabilité pour les aspects de sensibilisation au niveau des communes;
- l'insuffisance de motivation pour les projets de sensibilisation;
- les difficultés rencontrées au cours du projet qui ont parfois démotivé les communes;
- les lourdeurs bureaucratiques éventuellement incompatibles avec la flexibilité ou la disponibilité nécessaires à ce type de projet.



### **4.3.3 La phase de préparation des matériels éducatifs**

Les concours de dessins se sont révélés être une méthode élégante, utile, valorisante et certainement efficace pour la préparation des matériels éducatifs et leur appropriation par l'ensemble des acteurs locaux.

La réalisation des affiches géantes a fait l'objet d'une participation exceptionnelle et a bénéficié du consensus général. Le suivi et la réalisation des dépliants et des cahiers ont été possibles grâce aux délégations provinciales et aux associations, en coordination avec la Province. Les communes n'ont pas participé à ces travaux, à l'exception de Biada dans une certaine mesure, ce qui était en contradiction avec l'objectif de faire de ce travail de préparation une procédure de participation et de sensibilisation des communes.

### **4.3.4 La phase d'exécution**

L'exécution des activités n'a pas respecté le calendrier initial, ce qui a obligé à des modifications successives au fur et à mesure des contraintes. Cependant, les causes en sont variées et sont en grande partie liées à l'évolution du projet "vidéo". Il est donc difficile d'évaluer la qualité de l'exécution globalement. On peut cependant considérer que l'exécution s'est passée dans des conditions plutôt normales, avec des inégalités selon les communes. Les communes sont les acteurs principaux d'exécution des activités. Les problèmes d'exécution ont principalement concerné la commune de Zaouia.

### **4.3.5 La phase de sensibilisation du public**

L'évaluation de cette phase sera faite par la Communauté Urbaine après le lancement de la campagne, à partir du 27 Février. Elle n'a donc pas pu être réalisée à temps pour ce rapport. L'évaluation comprendra les aspects suivants, sous la responsabilité d'une cellule de suivi:

- les réactions du public;
- les réactions des médias;
- les résultats du sondage d'opinion.

## **4.4 L'évaluation des principaux aspects de la campagne**

### **4.4.1 Le projet "vidéo"**

Le film vidéo a été attendu à Safi comme l'un des supports essentiels dans le programme, ce qui lui donne une place essentielle aux yeux des décideurs locaux en tant que support d'éducation.

L'évaluation ne porte ici que sur l'usage de la cassette vidéo, et non pas sur la préparation de cette cassette, qui est un projet à part. Un premier aspect d'évaluation porte sur le décalage qui existe entre l'attente des communes quant au support vidéo et le niveau de visionnage normalement disponible. Le deuxième aspect porte sur la préparation des plans de visionnage.

Le mode de visionnage a été un point de désaccord, avec 2 visions très différentes. Les communes attendaient un visionnage en forme d'animation populaire sur grand écran dans un lieu très fréquenté. L'autre vision était celle de visionnage sur écran standard avec accompagnement et animation auprès du public.

Dans le premier cas se pose le problème du coût très élevé du visionnage, totalement incompatible avec l'idée d'un projet qui serait financé localement. Cette méthode a pu être utilisée partiellement grâce à la mise à disposition du système de projection de l'Institut Supérieur de Technologie. Cependant, ces projections ne concernent que les acteurs communaux.

Dans le second cas se pose le problème de la coordination nécessaire pour établir les plans de visionnage avec les délégations des ministères concernés. Cette solution comporte un avantage considérable, à savoir la faisabilité et la flexibilité, et surtout l'opportunité de sensibiliser les décideurs et de favoriser un dialogue direct avec la population.

La préparation des plans de visionnage de la vidéo ont posé le problème du manque d'initiative de la part des communes pour organiser la coordination nécessaire avec les délégations provinciales. La responsabilité pour planifier le visionnage, qui était au départ dévolue aux communes, a été finalement transférée aux délégations. Le travail de coordination des communes a donc été facilité en leur demandant de mettre à disposition des délégations les accompagnateurs nécessaires et de préparer ces accompagnateurs par des séances de pré-sensibilisation.

#### **4.4.2 Les affiches géantes**

La diversité des étapes nécessaires à la réalisation des affiches géantes était potentiellement une condition de difficulté à différents niveaux, tels que la coordination et l'obtention du consensus, la sélection des dessins et le montage, le choix des messages, le choix des sites, ainsi que divers détails techniques.

En dépit de ces conditions difficiles, le projet s'est très bien passé globalement, et il a même suscité un enthousiasme général. La procédure de sélection des dessins et d'adaptation de ces dessins au projet d'affiche a mobilisé tous les membres du jury sur plus de 12 heures en 2 demi-journées successives. Elle a également compté la participation des présidents, des autorités, du premier Khalifat, et de Mr. le Gouverneur.

#### **4.4.3 La sensibilisation à l'école**

La sensibilisation à l'école a été planifiée dans les détails par la Délégation de l'Education Nationale. Les coordinateurs ont assuré sur place l'exécution des activités. Ce volet de la campagne s'est très bien déroulé.

La Délégation de l'Education Nationale a même d'ores et déjà dépassé les limites du projet de démonstration en initiant un projet complémentaire qui doit être exécuté à partir de Mars 1997. Il s'agit d'un projet de sensibilisation sur le thème des déchets toxiques dans les lycées. Ce projet est décrit dans le rapport en appendix.

#### **4.4.4 La sensibilisation des acteurs communaux**

La sensibilisation des acteurs communaux, c'est à dire des présidents des communes, des élus, des ingénieurs et techniciens, et des rieurs, a été insuffisante dans le cadre du projet, à la fois pour des raisons de retard de calendrier, et pour des raisons de sous estimation des besoins dans ce domaine. Comme l'a montré l'évaluation du projet, les communes doivent être sensibilisées de manière approfondie sur l'utilité de la sensibilisation pour améliorer la gestion des déchets solides, et non pas seulement sur le problème des déchets solides en tant que tel. Cette constatation est d'ailleurs une des conclusions du projet de démonstration et devrait trouver un commencement de solution dans le projet des directives nationales sur la GDS.

#### **4.5 Le bilan des résultats d'évaluation**

##### **4.5.1 Les succès de la campagne**

Les objectifs de la campagne étaient une sensibilisation multi-cibles sur le thème de la GDS à Safi et le démarrage d'une action d'information des communes vers l'habitant. La campagne a été réalisée en vue de ces objectifs et en suivant un certain nombre d'idées et de principes pour assurer au mieux l'efficacité des moyens utilisés. L'adéquation des moyens avec les objectifs a donc été un succès. Le résultat sur le plan de la réaction du public et des impacts réels en vue de l'amélioration de la GDS ne peuvent pas être estimés pour l'instant.

Les grands points qui expliquent le succès de la préparation de la campagne sont les suivants:

- la mise à contribution des artistes locaux et des élèves des collèges pour la préparation de l'ensemble des matériels éducatifs utilisés durant la campagne, en dehors de la vidéo;
- la bonne adéquation de l'organisation d'ensemble, coiffée par la Communauté Urbaine avec l'appui de la Province;
- la contribution et la participation dynamique de 5 délégations provinciales et de 2 associations, l'une culturelle et l'autre environnementale, qui a servi d'appui efficace pour les communes;
- le bon travail de terrain des équipes de coordinateurs et d'animateurs, et leur disponibilité pour concrétiser les objectifs de la campagne;
- la disponibilité, la flexibilité, la bonne motivation et le dynamisme de la commune de Biada pour réaliser au mieux les objectifs de la campagne sur son territoire;
- la réalisation de mécanismes de continuité tels que le dépliant d'information, l'existence de la mascotte, et l'établissement d'une cellule de suivi;
- le bon développement du programme de sensibilisation à l'école, et le démarrage d'un projet de sensibilisation des élèves de lycée sous la responsabilité de la Délégation de l'Education Nationale;

##### **4.5.2 Les problèmes de la campagne**

Les difficultés rencontrées lors de la planification et de l'exécution doivent être connues afin d'améliorer la préparation des campagnes futures. La difficulté principale a été

l'ajustement entre le projet "vidéo" et le projet de Safi, qui étaient complémentaires mais se sont trouvés en décalage dans leurs calendriers respectifs. Les conséquences ont été importantes dans le calendrier et l'exécution de la campagne de sensibilisation. Le fait que la vidéo fût destinée à un usage national a alourdi les contraintes dans sa réalisation parfois aux dépens du programme de Safi.

Dans le cadre plus précis de l'organisation de la campagne et de l'implication des communes dans le projet, il y a eu un certain nombre de difficultés, qui sont les suivantes:

- Le manque d'une participation dynamique des communes pour assumer le partage des responsabilités au sein de la commission, pour des raisons qui sont certainement très différentes d'une commune à l'autre;
- Les faiblesses des communes pour planifier des actions globales en coordination avec les délégations, en tout cas dans le cadre du projet de sensibilisation;
- Le manque de participation et le manque de flexibilité des communes, qui peuvent être des causes d'inefficacité: Par exemple dans le cas des panneaux d'affichage pour les affiches géantes, l'évaluation des conditions d'affichage sur mur a été incomplète, ce qui a rendu difficile l'usage des panneaux déjà faits. Le manque de flexibilité pour la participation financière des communes à la production des panneaux a en plus obligé à réduire le nombre de panneaux qui était initialement prévu. Le nombre d'affiches étant supérieur au nombre de panneaux, le résultat global a été une perte du potentiel d'affichage, révélant une insuffisance d'efficacité de la gestion du programme d'affiches géantes et de son coût. Des ajustements sont prévus pour réduire cette perte.
- Le relatif effacement des élus dans le projet, à savoir les conseillers municipaux et éventuellement les présidents des communes, qui sont pourtant les premiers concernés dans un projet dont l'objectif est de développer l'information et la communication. Ce sont les élus qui peuvent donner un effet d'entraînement des communes pour mieux prendre conscience de l'utilité de ces actions.

#### 4.5.3 Les leçons à tirer

- Le budget consacré à la campagne est globalement très raisonnable, mais relativement élevé pour le cas particulier des "affiches géantes". Cependant, ces affiches ont été une motivation essentielle dans la préparation de la campagne, et on attend des réactions très positives du public. La qualité et la portée de ce projet devraient largement compenser le coût. En outre, le projet a montré que l'utilisation des ressources locales était un succès complet. Sur la base d'une bonne organisation, du choix des bons supports, d'une meilleure disponibilité de matériels éducatifs coûteux comme la vidéo, la campagne peut être faite dans le cadre d'un budget raisonnable.
- Les délégations provinciales et les associations sont des ressources précieuses pour leurs compétences et leur savoir-faire. Le développement d'une stratégie de sensibilisation de la part des communes devrait commencer en prenant appui sur ces institutions. L'organisation d'une cellule de suivi par la Communauté Urbaine est une opportunité pour mettre en valeur ces capacités locales et pour exercer un effet d'entraînement des communes. Elle servira à court terme à maintenir la communication entre les agences concernées et à définir des objectifs et des projets. Cependant, à plus long terme, il est très souhaitable de voir se

développer l'encadrement technique qui manque pour prendre en charge les objectifs de sensibilisation.

- La création de relais entre les communes et le Ministère de l'Environnement est une nécessité afin de faciliter la motivation ainsi que l'assistance technique. Les communes ont besoin de matériels éducatifs populaires, faciles d'usage, appropriés et dont la réalisation peut être coûteuse. La Direction de la Communication et de la Formation du Ministère de l'Environnement doit prendre l'initiative de faire connaître ses activités et développer sa capacité de répondre aux questions que se posent les communes en matière de sensibilisation. Le maintien d'un contact entre cette direction et les associations à caractère culturel ou environnemental doit être considéré comme une ressource importante du développement de la sensibilisation locale.
- Le film vidéo répond à une attente réelle de la part des décideurs locaux, comme outils d'animation de rue d'une part, et comme outil de débat public d'autre part. L'animation de rue par la vidéo est difficilement programmable par les communes en raison du coût. Il faut donc que le Ministère de l'Environnement envisage deux types de solutions d'assistance pour le développement de tels supports. Un premier type d'action est de créer des séries environnementales sous la forme de diapositives, les déchets solides en l'occurrence. En deuxième lieu, il devrait mettre à disposition du matériel de visionnage d'animation grand écran, pour la vidéo et pour les diapositives.
- De la même façon que cela a été réalisé à Safi, le Ministère de l'Environnement a intérêt à favoriser des projets locaux de sensibilisation. Le projet des affiches géantes, qui a suscité beaucoup d'intérêt auprès des acteurs de Safi, et pour lequel on attend de bons résultats, mérite d'être réfléchi, discuté, reproduit et diffusé, amélioré, ou même repris sous une forme différente. Par exemple, l'idée de l'affiche géante, si elle se révèle utile, peut être greffée sur l'idée d'exposition itinérante, et donner un nouveau moyen d'animer des villes.
- Le besoin de sensibiliser les décideurs et les élus sur la GDS mais aussi sur l'utilité de la sensibilisation a été sous-estimé dans le projet de démonstration. Cette prise de conscience peut toutefois résulter de facteurs indirects tels l'échange d'information entre les communes, la création de conditions favorables pour la sensibilisation publique, la motivation des associations locales. La Direction de la Communication et de la Formation du Ministère de l'Environnement a un rôle à jouer dans le développement de tels facteurs.

#### 4.6 Le suivi de l'évaluation du projet

L'approche d'évaluation suivante est recommandée pour Safi aussi bien que pour le Ministère de l'Environnement du Maroc afin d'opérer le suivi du projet de démonstration de l'éducation du public et de trouver les conclusions qui seront utiles pour l'amélioration de telles actions. Les 3 étapes suivantes d'évaluation sont proposées. Actuellement, seule la première étape peut raisonnablement être réalisée, tandis que les seconde et troisième étapes devraient être prises en considération en tant qu'objectifs ultérieurs d'évaluation.

#### **4.6.1 L'évaluation de l'impact des activités et des matériels éducatifs sur le public**

Outre le fait que cette évaluation comporte un état des activités, les aspects principaux sont les suivants:

- la participation des citoyens aux activités de sensibilisation;
- les réactions du public aux activités et aux matériels de sensibilisation, spécialement en ce qui concerne les affiches géantes qui ont constitué l'aspect principal dans la préparation de la campagne;
- l'impact médiatique (articles de journaux, autres);
- l'efficacité de la distribution et de l'usage des matériels éducatifs;

Certains indicateurs d'évaluation peuvent être:

- le taux de la participation du public lors des séances de sensibilisation (réunions);
- le nombre de personnes atteintes par la sensibilisation en porte à porte, par le visionnage vidéo, et par la distribution des matériels de sensibilisation;
- les enquêtes de l'opinion du public pour identifier comment les gens ont été atteints par les messages des campagnes, quel est le niveau de diffusion des messages parmi les citoyens (% des personnes qui connaissent la campagne, les messages perçus lors de la campagne, l'appréciation de la campagne). Les questions relatives à la sensibilisation dans l'enquête des ménages déjà faite par la mission JICA peuvent être utilement reprises.

#### **4.6.2 L'évaluation de l'impact de la campagne de sensibilisation sur l'état de la qualité des conditions de la GDS et sur la qualité de vie des citoyens**

Cette évaluation porte plutôt sur les impacts après la campagne, en forme de réponse à la question: comment les objectifs ont-ils été atteints grâce à la campagne? Il n'y a pas d'indicateur spécifique au domaine de la sensibilisation pour une telle évaluation.

Les indicateurs peuvent être les suivants:

- évolution du taux de collecte des déchets;
- réduction du nombre de points noirs;
- état d'amélioration de la propreté des rues;
- état d'amélioration de la coopération des citoyens dans la collecte des déchets;
- meilleure coopération des citoyens dans les campagnes de propreté;

Une telle évaluation devrait être préférablement menée dans des quartiers sélectionnés tels que par exemple les quartiers où la participation du public est faible, ou bien là où le niveau de propreté et la salubrité sont dans un état critique.

#### **4.6.3 L'évaluation des niveaux et des capacités de sensibilisation par les communes urbaines dans le domaine de la GDS**

Cette évaluation est une évaluation à long terme qui se donne pour objectif de mesurer les progrès qui ont été faits par les communes dans leur niveau de prise de conscience quant au besoin et à l'utilité de l'éducation du public dans le domaine de la GDS, et également les capacités de développer les activités de sensibilisation. Les points principaux d'évaluation sont par exemple les suivants:

- est-ce que le comité de suivi a des réunions régulières et quelles sont les actions concrètes qui sont prises?
- le projet de démonstration de l'éducation du public a-t'il eu des prolongements, et ces prolongements sont-ils le fait d'objectifs stratégiques de la sensibilisation du public. Si les résultats ne sont pas ceux attendus, y a-t'il un diagnostic pour comprendre les problèmes?
- comment les recommandations de l'étude des directives sont-elles prises en compte afin d'améliorer la sensibilisation du public dans le domaine de la GDS?
- les campagnes de propreté (éradication des points noirs) ont-elles effectivement intégré les actions de sensibilisation du public ou non?
- les communes ont-elles une contribution directe régulière aux activités de sensibilisation lors d'opérations spécifiques telles que les réunions publiques, les visionnages vidéo, les expositions, les visites d'écoles, ou les visites en porte à porte?

000000

000000

000000