

## FICHE P1 Campagnes de propreté

Objectif : Suivre l'évolution de la prise en compte de la propreté dans la communication

Des campagnes d'affiches viennent compléter les moyens techniques et humains pour contribuer à installer le geste de la propreté dans la vie quotidienne des habitants. Les thèmes et les approches ont évolué selon les périodes. Lors des campagnes, les affiches sont installées sur les panneaux MUPPY (type arrêt de bus) et reprises dans le journal municipal. Leur impact est réel mais difficile à mesurer.

### La campagne de propreté 1996 - Dessins de Wolinski

Thèmes : déjections canines, encombrants, corbeilles de rue, valorisation des agents de la propreté  
Ton : humoristique, dédramatisation

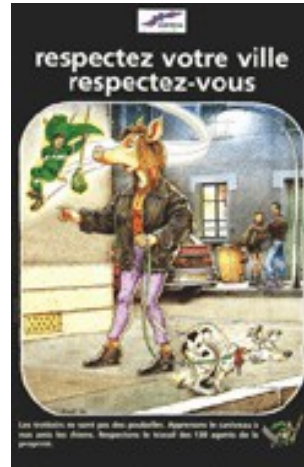
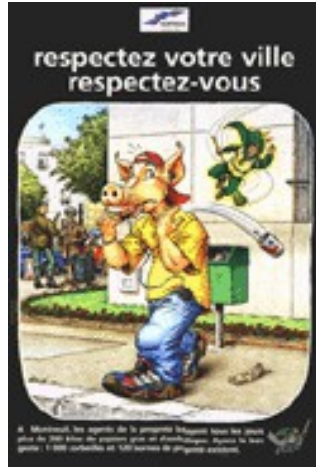


## La campagne de propreté 1998 - Les dessins de Solé

Thèmes : déjections canines, encombrants, corbeilles de rue, notion de respect

Ton : humoristique, dédramatisation

Présence d'un agent de propreté « super héros » volant



## La campagne de propreté 2000 - Dessins de Brétécher

Thèmes : déjections canines, encombrants, corbeilles de rue, notion de respect

Ton : humoristique, dédramatisation

Pas de présence d'agent de propreté



## La campagne de propreté 2010 - Photographies

Thèmes : déjections canines, encombrants

Ton : dramatisation, obligation

Appel à agir ensemble, pas de présence d'agent de propreté



**RAMASSER, C'EST OBLIGATOIRE**



**NOUVEAU : COLLECTE DES ENCOMBRANTS  
UNIQUEMENT SUR APPEL**  **N° Vert 0 805 71 42 54**  
APPEL, SEUL SEULEMENT



## La campagne de propreté 2012 – Super-héros du quotidien

Thèmes : déjections canines

Ton : humoristique

L'habitant qui ramasse les crottes de son chien est érigé en super-héros, (= en devenant lui-même un agent de la propreté)



## La campagne de propreté 2013

Thèmes : propreté, déchets

Ton : réaliste, technique, informationnel (des faits, des chiffres)

Mise en valeur des moyens techniques (machines) et humains (tenue sécurité), rendre visible les agents « invisibles »



## La campagne de propreté 2016

Déclinaison de la campagne précédente



## La campagne de propreté 2017

Thèmes : la propreté, une affaire des agents de la Propreté Urbaine avec le soutien des habitants

Ton : le sourire, la diversité

Les humains (agents municipaux et habitants citoyens) au cœur de l'engagement pour la propreté de la ville.



À noter, la présence de figures locales sur l'affiche, de gauche à droite : un agent du service propreté, une bénévole de l'association les Blouses roses, un responsable associatif, une jeune femme récompensée par la médaille du courage pour avoir sauvé son père d'un incendie, le père en question, un couple de retraité très assidu au bal de la Libération, Philippe Duquesne, comédien de l'ex-troupe des Deschiens, habitant de la commune et un autre agent municipal.

### Informations complémentaires

La notion de propreté est complexe, subjective et évolutive : les moyens de nettoyage peuvent augmenter mais cette augmentation ne compense pas automatiquement la hausse de la « demande sociale de propreté » : en effet le niveau d'exigence s'accroît notamment avec la hausse du niveau de revenu moyen et une attitude des habitants allant du « laisser-être-sale » à l'exigence du « droit à la propreté ».

Les campagnes de communication jouent certainement un rôle mais pas forcément celui que l'on veut atteindre (faire diminuer les comportements inciviques) : ainsi il serait intéressant - mais difficile - d'observer comment ces campagnes agissent sur le « sentiment de propreté » plutôt que sur la responsabilisation citoyenne.

À noter : on considère aujourd'hui que les premières campagnes de prévention contre le bruit ont instauré l'idée que l'on pouvait souffrir du bruit : le bruit est ainsi devenu la première source de gêne, non pas parce que les villes étaient devenues subitement plus bruyantes mais parce que la communication avait démontré, à juste titre, que le bruit était dangereux pour la santé.

### Sources

- 1) Service communal de la Propreté Urbaine
- 2) Service communal de la Communication