



MARATHON

DE LA

PROPRETÉ

Be
WaPP

2. Le contexte stratégique – La SWaPRE

En 2021, le Gouvernement wallon a adopté la première stratégie wallonne de politique répressive environnementale (SWaPRE).

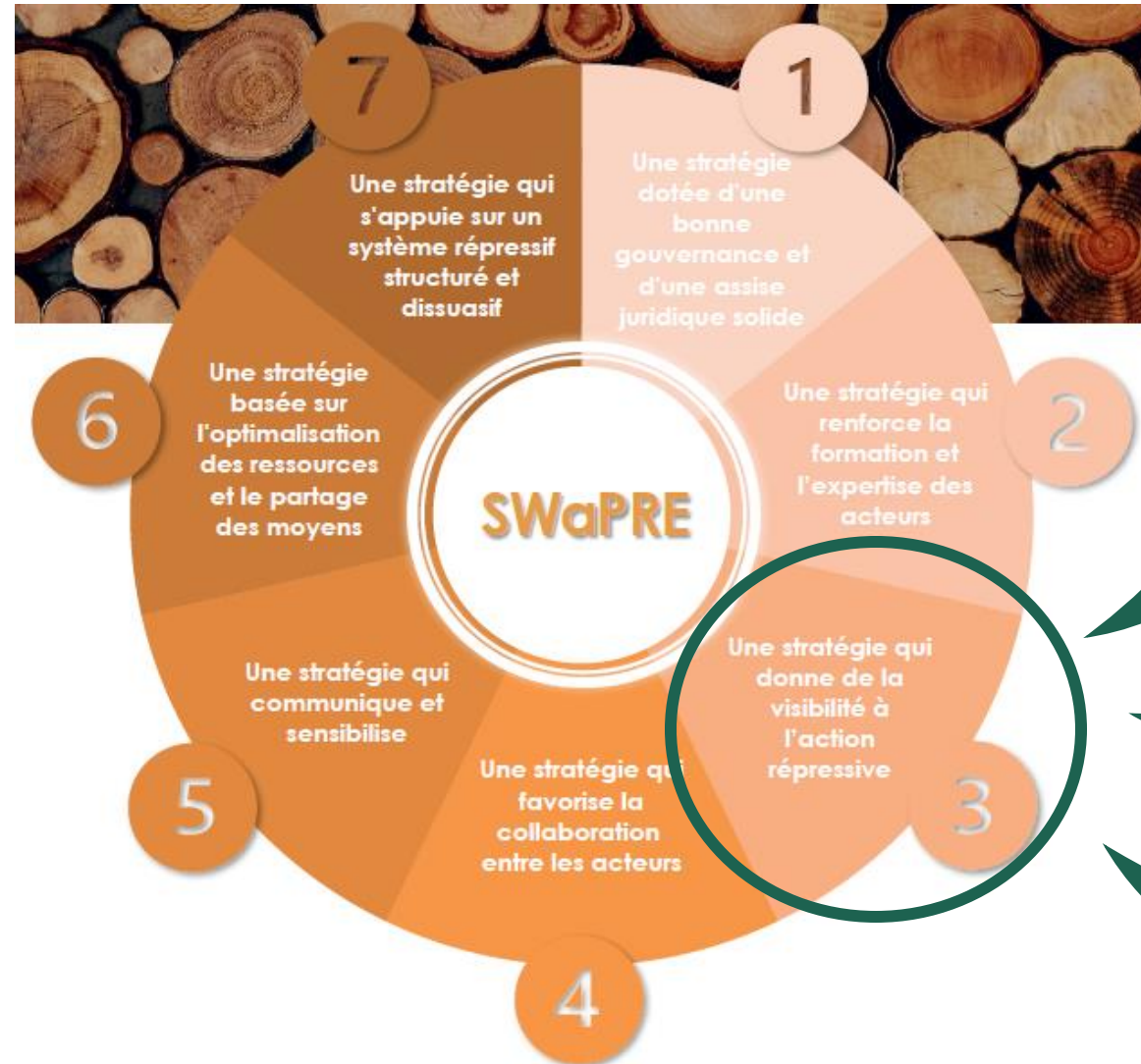
2 objectifs

```
graph TD; A[2 objectifs] --> B[Renforcer la lutte contre la délinquance et la criminalité environnementales]; A --> C[Combattre le sentiment d'impunité dans ces domaines];
```

Renforcer la lutte contre la délinquance et la criminalité environnementales

Combattre le sentiment d'impunité dans ces domaines

3. Dans quel axe de la stratégie s'inscrit le Marathon?



1. Subventions pour l'engagement ou le maintien d'agents constatateurs communaux

2. Visibilité des agents sur le terrain au moyen d'éléments et signes distinctifs

3. Des campagnes de contrôles

4. Qu'est-ce que le Marathon de la Propreté?

Le Marathon de la Propreté est une opération d'une semaine, composée de 3 types d'action, proposée aux acteurs de la répression environnementale.



Sensibilisation des citoyens



Intensification des contrôles en matière d'abandon de déchets



Éducation des plus jeunes

5. Quels sont les objectifs?

3 objectifs principaux liés aux types d'action



Provoquer un **changement de comportement positif**



Enrayer le **sentiment d'impunité** par la **présence accrue sur le terrain**



Créer des **synergies entre les différents services** de répression

6. Quels sont les publics cibles?

1. Les services de répression

2. Le grand public

1. Les services de répression composés:



Policiers locaux
(71 zones de police)



Agents constatateurs locaux
(262 communes)



Agents constatateurs régionaux
(1 région)

6. Quels sont les publics cibles?



3. Quels sont les publics cibles? (2)

1. Les services de répression

2. Le grand public

2. Le **grand public** composé:



Ils sont convaincus mais pas nécessairement pratiquants



Ils commettent de petites incivilités (déchets sauvages) et sans parfois en avoir conscience



Ils savent qu'ils enfreignent la loi et souvent s'en moquent. Déchets sauvages + dépôts clandestins

4. Comment se déroule la campagne de communication?

2 campagnes de communication distinctes

Participation

Sensibilisation

Services de répression

Le grand public





5. Quels genres d'action sont menées?

Actions de sensibilisation



Cendriers de poche



Poubelles de voiture



Distributeurs de sacs canins

5. Quels genres d'action sont menées?

Actions d'éducation



Organisation de ramassage
dans l'espace public



Sensibilisation à
l'abandon des déchets
dans la nature



Jeux de rôle « Apprenti agent
constatateur »

5. Quels genres d'action sont menées?

Actions de répression



Patrouille conjointe police et agents constatateurs



Fouille systématique des dépôts clandestins



Utilisation du kit rubalise

5. Quels genres d'action sont menées?

Kit rubalise – Composition du kit & mode d'emploi

STOP STOP STOP Be WaPP



1 rubalise

5 affiches « incitantes »



3 jours

NON
AUX DÉPÔTS
CLANDESTINS !

Votre quartier a été victime d'un dépôt clandestin. La ville a ouvert une enquête pour identifier son auteur. Celui-ci dispose de 3 jours pour enlever ses immondices et remettre le site en état. Passé ce délai, il sera sanctionné d'une amende d'au moins 300 € auxquels s'ajouteront les frais de nettoyage.
Respecter nos espaces publics, c'est respecter notre environnement.

Be WaPP

300 courriers
toutes-boîtes

5 affiches « sensibilisation »



2 jours

5. Quels genres d'action sont menées?

Kit rubalise – Objectifs

Objectif 1: faire enlever le dépôt
par son propriétaire

Salubrité



Remise en état du site

Objectif 2 : montrer aux habitants
qu'une action est en cours

Opérationnel



**Eviter les signalements
« doublon » + lutter contre le
sentiment d'impunité**

Objectif 3 : enquêter pour trouver
le contrevenant s'il n'a pas retiré
ses déchets

Judiciaire



Sanctionner le geste

5. Quels genres d'action sont menées?

Kit rubalise => autocollant « l'autorité mène l'enquête »



Ce sticker a pour but de rappeler la loi, tant par son message écrit que par sa forme et sa couleur (un rond blanc et rouge symbolisant l'interdiction dans le code de la route). Ses objectifs sont multiples :

- sensibiliser les personnes qui pourraient passer à côté du dépôt avant que les ouvriers communaux ne le ramassent ;
- éviter que des promeneurs signalent aux services communaux un dépôt qui a déjà été fouillé ;
- informer les équipes d'ouvriers communaux qui passent à proximité du dépôt que celui-ci a déjà été fouillé et qu'ils peuvent le prendre en charge.

7. Quels sont les résultats?

1. La communication

- ♥ 880.000 personnes touchées par le spot TV
- ♥ Plus de 240.000 personnes sur les réseaux sociaux
- ♥ Une collaboration avec une radio avec des publications Instagram vues plus de 43.000 fois

2. La sensibilisation

- ♥ 15.000 personnes sensibilisées de visu
- ♥ 14.000 poubelles de voiture envoyées
- ♥ 12.000 distributeurs de sacs à déjection canine
- ♥ 13.500 cendriers de poche

3. La répression

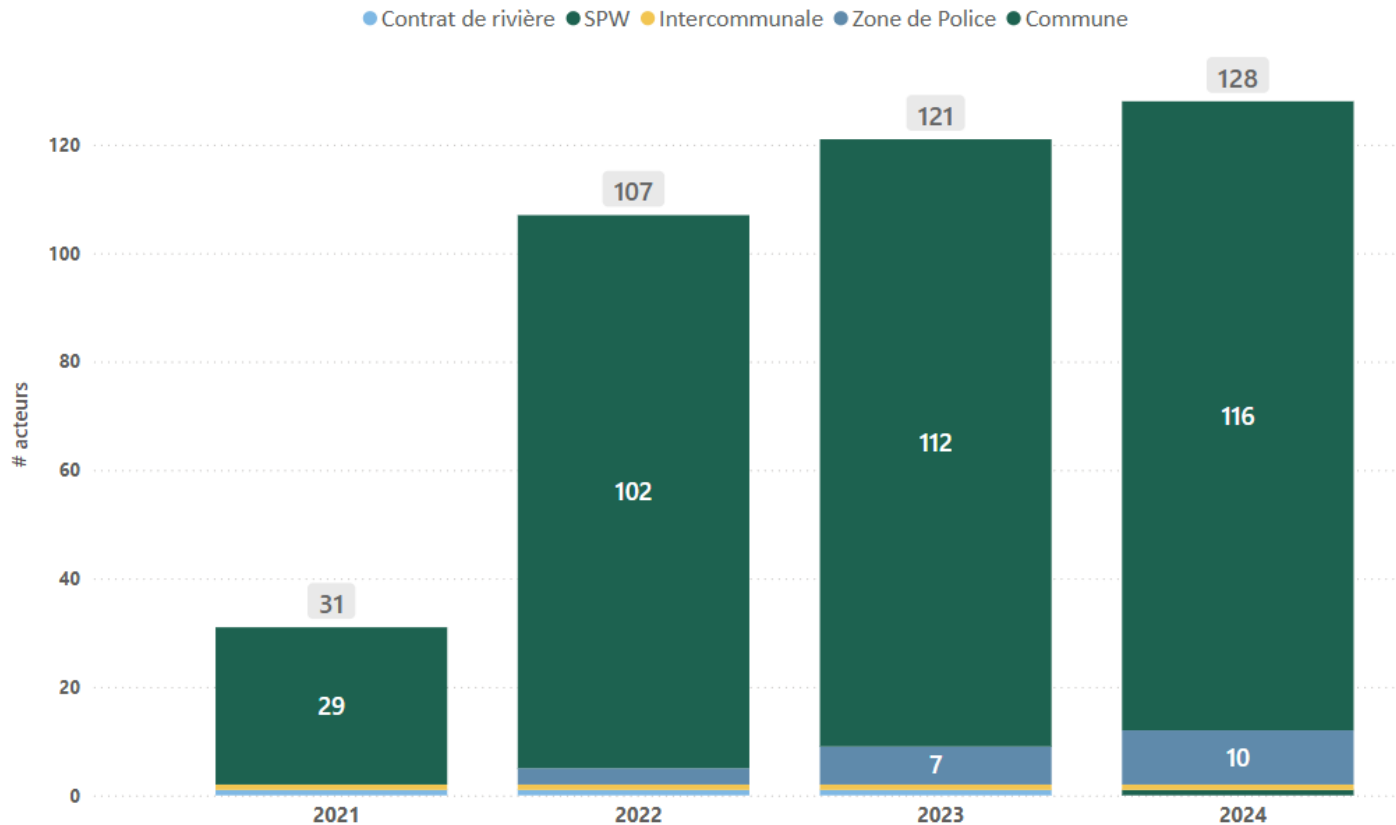
- ♥ 350 PV dressés
- ♥ 400 avertissements remis
- ♥ 60 agents constatateurs formés
- ♥ 25 kits rubalise envoyés

4. L'éducation

- ♥ 4000 élèves conscientisés
- ♥ 28 écoles participantes
- ♥ 3 degrés: maternel, primaire et secondaire
- ♥ 30 kits éducation envoyés

8. Évolution des résultats

Evolution du nombre d'acteurs inscrits au Marathon de la Propreté



En 4 éditions, environ **1000 PV** et **2500 avertissements** ont été transmis.

A person wearing a light blue jacket and jeans is kneeling in a grassy field. They are holding a clear plastic bottle with a blue cap. The background shows trees and a clear blue sky. The text "Merci de votre attention" is overlaid on the image, with "Merci de votre" circled in orange.

**Merci de votre
attention**

Be
WaPP