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

Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger

Band: 19 (1992)

Heft: 1

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

Autor: Schärer, Thomas

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-912698

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Campagne d'information sur les déchets

Des solutions taillées sur mesure

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

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

Objectif No 1:
Montrer les liens de cause à effet

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

L'information sur place a une meilleure portée

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

Objectif No 2:
Dialogue avec les milieux économiques

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

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

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