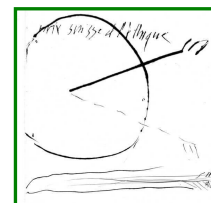


18-Summit Foundation Opération zéro mégot



1. Contexte organisationnel

- a) Type d'organisation : Fondation écologique à but non lucratif
- b) Taille de l'organisation : Summit Foundation emploie 3 personnes fixes et 2 civilistes sur un site en Suisse. Son budget se monte à environ CHF 300'000.-.
- c) Domaine d'activité : Depuis 10 ans, elle fait de la sensibilisation environnementale et propose des solutions simples et pratiques au public.
- d) Site internet de l'organisation : Site internet de la fondation : www.summit-foundation.org, site internet du projet : www.zeromegot.ch

2. Objectifs

- a) Situation de départ : La problématique du littering (mauvaise habitude de jeter négligemment ou de laisser traîner des déchets et ordures dans l'environnement) imputée aux mégots est récurrente. En effet, ce geste désinvolte est souvent automatique et banalisé. Il a pourtant beaucoup d'effets négatifs comme la pollution de l'eau due à leur composition chimique, les frais additionnels pour le nettoyage des festivals ou le traitement de l'eau potable, ainsi que la dégradation de l'image de la Suisse comme pays « propre ».
- b) Objectifs visés : Summit Foundation a pour objectif de conscientiser les gens à la problématique des mégots, de les inciter à changer leur comportement et donc de diminuer le nombre de cigarettes jetées au sol. Pour ce faire, la fondation propose des différents services et produits (Ecobox qui est un cendrier de poche p. ex.), invite des partenaires publics et privés à promouvoir le projet, fait une campagne de communication et analyse le comportement des fumeurs grâce à des sondages, pour ouvrir un dialogue.

3. Déroulement

- a) Début du projet : Juin 2010 avec la collaboration de l'entreprise In-Finitude (Spin-off de l'EPFZ).
 - b) Principales étapes : Analyse de la situation en Suisse et recherche de documentations scientifiques sur les impacts environnementaux, économiques et sociaux des mégots de cigarettes.
 - Préparation de l'opération, de la campagne de communication, du sondage destiné particulièrement aux fumeurs.
 - Communication de l'opération sur internet, communiqué de presse, campagne d'affichage et stand proposant le sondage ainsi que les Ecobox dans les manifestations partenaires.
 - Analyse des sondages après les manifestations et bilan de l'opération.
- En cours d'étude et de réalisation :
- Mise en place de mesures complémentaires en fonction du bilan de l'opération.
 - Proposition et application du concept à différents organismes.
 - Communication des résultats des sondages et de l'opération.
- c) Fin du projet : non défini, pas de limite dans le temps

4. Moyens mis en œuvre

- a) Moyens financiers : Le budget total pour le projet se monte à CHF 22'200.- dont CHF 10'000.- investis par le partenaire scientifique In-Finitude (spin-off de l'EPFZ). Parmi les montants les plus significatifs, relevons les CHF 6'000.- consacrés à la présence de la fondation dans différentes manifestations, dont la tenue des stands a été réalisée par des bénévoles.
- b) Moyens non financiers : Néant.

5. Résultats obtenus et résultats attendus

- a) Bénéficiaires : Difficilement mesurable comme le projet est dans sa phase de lancement. Les organisateurs de festivals, les festivaliers et riverains ont déjà pu bénéficier des effets positifs du projet. Le projet est bénéfique à l'environnement et comporte une dimension sociale : les produits sont développés localement avec des matériaux recyclés et recyclables ; ils sont ensuite conditionnés par un atelier protégé sur le site de Cery, à Lausanne. De plus, la fondation emploie deux civilistes en permanence

ainsi que des chômeurs en programme de réinsertion et des stagiaires en réorientation professionnelle.

b) Effets positifs/négatifs constatés : Les organisateurs de festivals, les festivaliers ainsi que les riverains bénéficient d'un site plus propre. De plus, la diminution des déchets au sol baisse les coûts de nettoyage et la pollution du sol ainsi que de l'eau.

La fondation dit avoir reçu une bonne acceptation du public et avoir eu du succès avec le sondage. Les 1257 Ecobox vendues (ce chiffre va croissant) et les 706 personnes sondées vont également dans ce sens.

Summit Foundation dit ne pas tenir compte des autres petits déchets jetés au sol, tels les chewing-gums, car le projet entend se concentrer sur les mégots. D'autre part, le projet est axé spécifiquement sur les fumeurs. Summit Foundation dit devoir faire attention à ne pas tomber dans une ségrégation de cette catégorie de la population.

Le projet est actuellement dans sa phase de lancement, les effets ne sont donc pas mesurables.

c) Effets positifs/négatifs attendus : Prise de conscience du public quant à l'impact des mégots sur l'environnement, ouverture d'un dialogue avec les fumeurs, changement d'attitude des fumeurs face au problème des mégots jetés au sol, diminution du nombre de mégots jetés au sol et, de ce fait, de la pollution et des coûts engendrés par celle-ci, meilleure compréhension du comportement automatique des fumeurs et optimisation des solutions mises à leur disposition.

d) Caractère réitérable/pérenne du projet : Le problème des mégots est récurrent ; il touche toute la population ainsi que son environnement. Ce projet est donc réitérable et sans limite dans le temps.

e) Autres étapes prévues : Pour la suite, Summit Foundation espère appliquer son projet dans différentes collectivités publiques ou privées, dans les stations de sports d'hiver, et dans d'autres manifestations. Ils pensent également pouvoir apporter un support de formation pour les écoles secondaires.