

# Un guide pour des mesures efficaces contre les déchets sauvages

Dans les aires de pique-nique et de loisirs



Ces recommandations s'appuient sur les découvertes scientifiques de la « Grande étude suisse sur le littering » (2025) et sur les expériences pratiques collectées par des spécialistes.



**IGSU**  
Centre de  
compétences suisse  
contre le littering

# Table des matières

<b>1. Introduction</b>	<b>3</b>
<b>2. Phases préparatoires</b>	<b>4</b>
2.1 Analyse de la situation 	4
2.2 Implication de différents acteurs 	5
2.3 Planification budgétaire 	6
<b>3. Élaboration et mise en œuvre des mesures</b>	<b>7</b>
3.1 Combinaison de mesures 	7
3.2 Mise en œuvre de mesures adaptées à chaque situation 	8
3.3 Mise en œuvre de mesures de sensibilisation 	9
3.4 Tonalité 	10
3.5 Domaine d'application des mesures 	11
3.6 Nombre d'éléments de la mesure 	12
3.7 Moment et durée de la mise en œuvre de la mesure 	13
<b>4. Informations complémentaires</b>	<b>14</b>
4.1 Test des mesures 	14
4.2 Mesures d'accompagnement possibles 	15
4.3 Offres de l'IGSU 	16
4.4 Sources d'inspiration 	17
<b>5. Glossaire</b>	<b>20</b>
<b>6. Bibliographie</b>	<b>21</b>

# 1. Introduction

Ce guide offre au personnel des administrations municipales et communales, ainsi qu'à toute personne en charge de la planification de campagnes anti-littering, un outil pratique, scientifiquement fondé et adapté à chaque situation pour lutter efficacement contre les déchets sauvages. Les premières expériences de terrain de la « Grande étude suisse sur le littering » de la Haute école spécialisée du nord-ouest de la Suisse (FHNW) et de l'IGSU montrent que des mesures contre le littering permettent de réduire d'environ un tiers les déchets sauvages dans les aires de pique-nique et de loisirs. S'appuyant sur ces conclusions, ainsi que sur les décennies d'expérience et de savoir-faire du centre de compétences suisse contre le littering IGSU, et des villes et communes suisses, l'IGSU a élaboré un guide pour planifier et mettre en œuvre efficacement des mesures anti-littering dans la pratique, en mettant l'accent sur les aires de pique-nique et de loisirs.

Le guide est divisé en quatre chapitres : (1) Introduction, (2) Phases préparatoires, (3) Élaboration et mise en œuvre des mesures, et (4) Informations complémentaires. La section « Phases préparatoires » explique quelles étapes doivent être prises en compte avant l'élaboration de mesures anti-littering. La section « Élaboration et mise en œuvre des mesures » propose ensuite des conseils concrets pour la planification et la mise en œuvre du setting « Aires de pique-nique et de loisirs ». Le chapitre « Informations complémentaires » fournit d'autres idées pour un mix de mesures efficace. Le glossaire, placé à la fin, explique de manière simple les termes techniques utilisés.



## 2. Phases préparatoires

Le chapitre suivant explique quelles étapes doivent être prises en compte avant l'élaboration de mesures anti-littering. Il s'agit notamment de l'analyse de la situation, de l'implication d'acteurs importants et de la planification budgétaire.

### 2.1. Analyse de la situation

Les espaces publics sont très différents en termes d'aménagement et de fonction. C'est pourquoi les mesures ne peuvent souvent pas être transposées telles quelles d'un lieu à l'autre. Le présent guide est axé sur les aires de **pique-nique et de loisirs** qui se caractérisent comme suit.

- **Setting** : les aires de pique-nique et de loisirs sont des lieux utilisés pendant le temps libre, où les gens s'attardent et consomment de la nourriture qu'ils ont apportée. Cela comprend notamment les aires de grillade, les berges et les parcs.
- **Groupes cibles** : les aires de pique-nique et de loisirs sont particulièrement fréquentées par les familles, les adolescents et les jeunes adultes. Pendant la journée, ce sont surtout les familles qui s'y attardent, tandis que le soir, ce sont les adolescents et les jeunes adultes. Les messages des mesures anti-littering doivent donc s'adresser spécifiquement à ces groupes cibles.

Pour mettre en place des mesures anti-littering adaptées, il est donc recommandé de procéder à une analyse de la situation. À cette fin, une **visite des lieux** peut être organisée avec les personnes clés les plus importantes, au cours de laquelle les points suivants seront clarifiés.

- Quelle est la fonction de l'espace concerné et comment est-il utilisé ?
- Quel type de déchets sauvages s'y accumule principalement ?
- Quand les déchets sauvages sont-ils jetés (jour de la semaine, moment de la journée, saison, vacances, manifestations, etc.) ?
- Où sont jetés les déchets sauvages (près des aires de grillade, sous les bancs, sous les arbres, etc.) ?
- Quand ou où la fréquentation est-elle la plus élevée ?
- Quelles sont les zones qui nécessitent le plus de travail de nettoyage ?
- Comment se compose le groupe cible (âge, lieu de résidence, culture, etc.) ?
- Quelles mesures sont pertinentes compte tenu de l'aménagement actuel de l'espace ?

**Statistiques, observations et enquêtes menées auprès des passantes et des passants et des agents de nettoyage peuvent fournir des informations précieuses en complément des visites sur place.**

## 2.2 Implication de différents acteurs

Il est recommandé d'impliquer différents acteurs dans l'élaboration et la mise en œuvre de mesures de lutte contre les déchets sauvages. Parmi ceux-ci figurent : l'aménagement du territoire et le développement urbain, la sécurité, le travail social (organisation de jeunesse, travail de quartier), l'intégration, le génie civil (infrastructures et nettoyage), ainsi que la protection de l'environnement et la santé. Il est également judicieux d'inclure le commerce, la restauration, la gestion des déchets, les propriétaires immobiliers, les entreprises de sécurité, les écoles et les associations dans la réflexion. Cela permet d'exploiter des synergies et de mieux coordonner les différentes activités. De plus, la collaboration avec le secteur privé offre de nouvelles possibilités aux pouvoirs publics (*recommandations basées sur le Littering Toolbox*).



## 2.3 Planification budgétaire

Le budget est d'une importance fondamentale pour la nature et l'ampleur d'une campagne de lutte contre les déchets sauvages. Une analyse préalable permet d'éviter les malentendus et les efforts inutiles. Les personnes qui s'associent à d'autres institutions peuvent éventuellement mettre leurs moyens en commun. Lors de la planification budgétaire, il faut non seulement tenir compte des coûts de mise en œuvre des mesures, mais aussi des frais de personnel. Ainsi, pendant leur utilisation, les mesures doivent par exemple être contrôlées régulièrement pour détecter d'éventuels dommages ou salissures, et être réparées ou remplacées le cas échéant.



**Même avec peu de moyens financiers, de grands résultats peuvent être obtenus.**

### Conseils pour une mise en œuvre économique des mesures

- Dans l'idéal, il convient d'utiliser les possibilités existantes, telles que les panneaux d'affichage appartenant à la commune.
- Les affiches et les autocollants pour poubelles peuvent être produits avec peu de moyens financiers et ont un grand impact.
- Les mesures participatives<sup>7</sup>, telles que le Clean-Up-Day ou les parrainages de sites, ne nécessitent pratiquement aucun moyen financier.
- Il est également possible de recourir aux mesures existantes, efficaces et peu coûteuses proposées par l'IGSU (pour en savoir plus, voir le point 4.3).



# 3. Élaboration et mise en œuvre des mesures

Ce chapitre propose des conseils concrets pour la planification et la mise en œuvre du setting « Aires de pique-nique et de loisirs ». Il aborde notamment la combinaison des mesures, le recours à des mesures adaptées à chaque situation, les mesures de sensibilisation, la tonalité, le domaine d'application, le nombre d'éléments de la mesure, le moment et la durée de leur mise en œuvre.

## 3.1 Combinaison de mesures

De nombreuses campagnes menées jusqu'à présent par les villes et les communes ont obtenu d'excellents résultats grâce à un mix de mesures. Les expériences de terrain de la « Grande étude suisse sur le littering » (2025) montrent que la combinaison de mesures de sensibilisation<sup>1</sup> et de mesures adaptées à chaque situation<sup>2</sup> est particulièrement efficace.

Il est recommandé de coordonner les mesures combinées en termes de conception et de tonalité afin qu'elles soient clairement liées et se renforcent mutuellement. Ainsi, toutes les mesures devraient être conçues selon le même concept de couleurs. Si, par exemple, les slogans sur les poubelles sont humoristiques, les entretiens de sensibilisation devraient également privilégier un ton humoristique.

## 3.2 Mise en œuvre de mesures adaptées à chaque situation

**Qu'entend-on par mesures adaptées à chaque situation ?** Les mesures adaptées à chaque situation<sup>2</sup> ont un impact immédiat sur le lieu et pendant toute la durée de leur mise en œuvre. Elles sont efficaces dès la prise de décision d'élimination des déchets et rappellent les règles d'une élimination correcte. Il peut s'agir, par exemple, de stations de recyclage ou d'autocollants pour poubelles.

### Conseils de mise en œuvre

- **Originalité** : les mesures adaptées à chaque situation doivent être originales et attrayantes sur le plan visuel.
- **Robustesse** : comme les aires de pique-nique et de loisirs sont souvent fréquentées le soir et offrent un certain anonymat, les mesures doivent être robustes et bien fixées. Cela permet de prévenir le vandalisme et d'éviter que les mesures ne soient retirées pour finir, par exemple, dans un cours d'eau ou sur la route.

Dans le cas d'autocollants, il faut vérifier au préalable qu'ils adhèrent bien au support prévu. Les autocollants collés au sol, notamment, peuvent être difficiles à fixer selon la nature du sol et risquent d'être endommagés par des machines de nettoyage ou par des piétons qui marchent dessus. De plus, ils peuvent constituer un danger de trébuchement pour les piétons s'ils se décollent du sol.

Lors de la production d'autocollants pour poubelles, il convient également de veiller à ce qu'ils adhèrent bien, mais qu'ils puissent également être retirés facilement par le personnel des services de voirie.

**Il se peut qu'une autorisation soit nécessaire pour ces mesures. Il faudrait clarifier cela suffisamment tôt.**

- **Clarté** : les slogans et messages complexes peuvent prêter à confusion. C'est pourquoi il est essentiel de veiller à ce qu'ils soient faciles à comprendre, grâce à un graphisme clair et un langage simple. Par ailleurs, les poubelles peuvent être décorées ou modifiées, mais elles doivent toujours rester reconnaissables.

**Pour éviter toute confusion : lorsqu'on utilise des mesures nouvelles ou inhabituelles (par exemple des flèches ou des poubelles de vote, voir le point 4.4), celles-ci doivent être accompagnées d'indications simples et claires.**

## 3.3 Mise en œuvre de mesures de sensibilisation

**Qu'entend-on par mesures de sensibilisation ?** Les mesures de sensibilisation<sup>1</sup> modifient l'attitude des personnes. Elles ont ainsi un effet à long terme et ne dépendent pas d'un lieu donné. Elles viennent en appui aux mesures spécifiques à chaque situation. Les entretiens individuels ou les affiches en sont des exemples.

### Conseils de mise en œuvre

- **Approche personnalisée** : les entretiens de sensibilisation demandent certes beaucoup de temps et n'ont pas la même portée que les affiches. Ils ont toutefois un effet particulièrement durable, car ils favorisent l'interaction sociale entre deux ou plusieurs personnes. Les affiches sont perçues de manière passive, alors que l'interaction personnelle suscite une réflexion active sur le sujet et reste donc ancrée plus longtemps et plus durablement dans les mémoires.
- **Formation** : les entretiens de sensibilisation doivent toujours être menés par des personnes formées.
- **D'égal à égal** : tant les entretiens de sensibilisation que les affiches doivent s'adresser à la population d'égal à égal. Cela signifie qu'ils ne doivent pas adopter un ton moralisateur ou communiquer « de haut en bas », mais plutôt expliquer et informer sans juger. Dans le cadre des entretiens de sensibilisation, il est recommandé de privilégier la communication entre pairs. Dans les lieux fréquentés principalement par des adolescents par exemple, les entretiens de sensibilisation devraient également être menés par des jeunes ou de jeunes adultes.
- **Variation** : il est recommandé d'alterner les affiches portant des messages différents. Cela permet d'aborder le problème des déchets sauvages sous différents angles. Certains messages font par exemple appel à la norme sociale<sup>3</sup>, tandis que d'autres attirent l'attention sur les conséquences écologiques des déchets sauvages (appel à la protection de l'environnement<sup>4</sup>). En alternant ces deux types de messages au cours de la campagne (sur plusieurs mois ou années), on fait appel aux deux mécanismes. De plus, un même message peut être véhiculé à l'aide de slogans et d'images variés afin d'éviter la lassitude.
- **Images positives** : les affiches doivent montrer le comportement souhaité ou la situation souhaitée, et non ce qu'il faut éviter (un environnement propre plutôt qu'un sol jonché de déchets).

## 3.4 Tonalité

Que ce soit sur une affiche, un autocollant ou lors d'un entretien de sensibilisation, tout est question de ton.

- **Aimable et respectueux** : adopter un ton positif et courtois, empreint d'humour, qui ne donne pas l'impression de faire la morale, **est porteur de succès**.
- **Formulations positives** : les messages doivent être formulés de manière positive. Les expressions négatives telles que « ne jetez pas vos déchets par terre ! » ou les interdictions peuvent s'avérer contre-productives et doivent être évitées.
- **Communication d'égal à égal** : tous les messages doivent être formulés d'égal à égal. Les entretiens de sensibilisation et les affiches ne doivent pas adopter un ton condescendant ou moralisateur, mais informer et éclairer sans juger.
- **Langage adapté au groupe cible** : le langage des messages doit être adapté au groupe cible et au lieu. Le cas échéant, il peut être judicieux de concevoir des messages multilingues (par exemple en allemand et en anglais) ou d'utiliser des formulations et des pictogrammes faciles à comprendre, afin qu'ils soient rapidement compris par le plus grand nombre de personnes possible.

## 3.5 Domaine d'application des mesures

L'analyse de la situation permet également d'identifier les points noirs en matière de déchets sauvages, les endroits où la fréquentation est la plus élevée et où le nettoyage demande le plus de travail. Les mesures doivent être mises en place de manière ciblée, en s'appuyant sur ces conclusions.

- **Mise en place ciblée** : si les mesures visent un type spécifique de déchets, elles doivent être mises en place là où ces déchets sont jetés. Les caissettes à cartons de pizzas sont utiles là où des boîtes de pizza sont laissées par terre. Les cendriers doivent être installés là où l'on fume beaucoup.
- **Visibilité** : les mesures doivent être visibles. Pour y parvenir, il faut créer un fort contraste de couleurs : les affiches vertes, par exemple, ne doivent pas être placées devant des buissons, mais devant des murs gris. Ou bien, elles doivent être dotées d'un cadre de couleur contrastée. Dans les lieux fréquentés tard le soir, les mesures doivent également être visibles dans l'obscurité. Elles doivent donc être placées à proximité d'un lampadaire, par exemple.
- **Sol adapté** : selon la mesure, il convient également de tenir compte de la nature du sol. En cas d'utilisation de poubelles ou d'affiches supplémentaires, il est important que celles-ci soient stables et ne s'enfoncent pas dans un sol humide.
- **Adaptation au lieu et au groupe cible** : les mesures doivent être adaptées à l'usage et à la composition du public. Une mesure efficace pour les enfants et les familles dans une aire de jeux peut attirer une attention indésirable ou conduire à des actes de vandalisme dans un lieu principalement fréquenté la nuit par des adolescents ou de jeunes adultes. Pour s'adresser à un public local, il est également possible d'établir un lien délibéré avec la ville ou la commune, par exemple en montrant des lieux caractéristiques sur les images ou en intégrant le nom de la ville ou de la commune dans le slogan. Cela peut renforcer la motivation à éliminer les déchets correctement.

## 3.6 Nombre d'éléments de la mesure

Le nombre idéal de panneaux d'affichage, de poubelles ou de flèches à installer dans un parc ou le long d'une promenade riveraine dépend de la mesure, de l'environnement et de l'espace disponible.

En principe, il faut veiller à ce que chaque personne se trouvant dans la zone de pique-nique et de loisirs concernée soit en contact avec au moins un de ces éléments. Le nombre d'éléments doit être planifié de manière à ce qu'ils se remarquent sans pour autant gêner.

Si l'analyse de la situation a permis d'identifier où, quand, quoi, par qui et en quelle quantité les déchets sont jetés, les mesures peuvent être placées de manière ciblée, par exemple en traitant en priorité les points noirs.



## 3.7 Moment et durée de la mise en œuvre de la mesure

L'analyse de la situation permet de déterminer à quel moment l'aire de pique-nique et de loisirs choisie est touchée par les déchets sauvages. En règle générale, on observe une augmentation des déchets dans les aires de pique-nique et de loisirs pendant la saison estivale et lors d'événements. Cependant, les mesures de lutte contre les déchets sauvages peuvent également s'avérer utiles pendant la saison froide, par exemple avant et pendant des manifestations telles que le carnaval ou le Nouvel An.

**Timing :** pour les mesures qui ne peuvent pas être mises en œuvre pendant plusieurs semaines d'affilée, comme les entretiens de sensibilisation, il convient d'étudier plus en détail la fréquentation selon les jours de la semaine et d'adapter les mesures en conséquence. Dans les aires de pique-nique et de loisirs, on trouve généralement beaucoup de déchets sauvages le week-end. Cependant, lors des douces soirées d'été, il y a également davantage de monde en semaine qu'en journée.

**Répétition et variation :** il est recommandé de mettre à nouveau en place des mesures dans les points noirs du littering après un certain temps. La répétition du message anti-littering peut, avec le temps, faire en sorte que le changement de comportement souhaité devienne une habitude.

➤➤➤ **Au lieu de répéter les mêmes mesures, il est possible d'alterner différentes mesures (par exemple, alterner des affiches véhiculant des messages environnementaux et d'autres portant sur les normes sociales).**

Lien avec les manifestations : si les mesures sont mises en œuvre spécifiquement pour une manifestation, il est judicieux de les adapter à celle-ci. Pendant le carnaval, par exemple, une affiche abordant le thème du carnaval attirera davantage l'attention.

➤➤➤ **L'efficacité des mesures peut être renforcée en mettant en place des mesures de sensibilisation avant la manifestation, puis en déployant des mesures adaptées à la situation pendant celle-ci.**

**Durée de mise en œuvre :** il n'existe pas encore de données scientifiques concernant la durée optimale d'une intervention. En principe, les mesures retiennent généralement le plus l'attention lorsqu'elles sont perçues pour la première fois. Leur effet persiste par la suite, mais s'estompe avec le temps. C'est pourquoi il est recommandé de retirer la mesure après quelques semaines ou de la remplacer par d'autres mesures, en variant le motif, le slogan ou les couleurs.

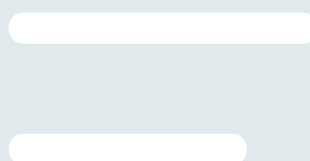
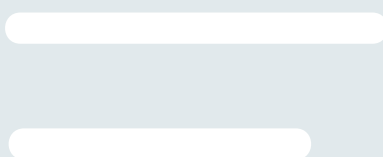
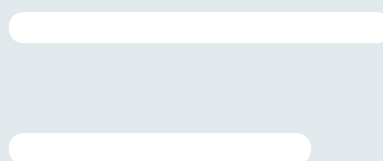
**Entretien et ressources humaines :** lors d'une mise en œuvre de longue durée, il faut tenir compte du fait que les mesures nécessitent un entretien et un nettoyage réguliers (contrôles de salissure, de lisibilité, de bon fonctionnement, de vandalisme). Les mesures ne devraient donc être prévues que pour une durée compatible avec les ressources humaines disponibles.

## 4. Informations complémentaires

Ce chapitre fournit des informations complémentaires et d'autres idées pour un mix de mesures efficace. Il aborde notamment le test des mesures, les mesures d'accompagnement, les offres de l'IGSU ainsi que des sources d'inspiration tirées de mesures contre les déchets sauvages déjà mises en œuvre dans les aires de pique-nique et de loisirs.

### 4.1 Test des mesures

Il est recommandé de procéder à un prétest avant de mettre en œuvre les mesures. Cela permet de déterminer si les mesures élaborées sont bien perçues par la population et si les messages sont compris. Pour ce faire, il est possible de recueillir l'avis des personnes travaillant dans son environnement professionnel, du personnel de nettoyage ou des passantes et des passants. Un court sondage en ligne (par exemple avec Survey Monkey) peut également s'avérer utile pour tester la compréhension d'une mesure et analyser son accueil par la population. Les mesures peuvent ensuite être adaptées si nécessaire en fonction des retours reçus.




## 4.2 Mesures d'accompagnement possibles

**Communication numérique** : en complément, une campagne d'information peut être lancée sur les médias en ligne, avec des vidéos, des images ou des graphiques accompagnés de messages, partagés sur les réseaux sociaux, le site web, les blogs, les newsletters ou les portails d'actualité en ligne. Des défis lancés sur les réseaux sociaux, comme (« Qui a le geste de tri le plus cool ? »), peuvent également permettre d'atteindre un large public.

**Travail médiatique** : le lancement d'une campagne contre les déchets sauvages peut également être annoncé par un communiqué de presse. Un modèle correspondant est disponible ici ([modèle](#)).

**Implication de personnalités connues** : l'intégration de personnalités connues et respectées en tant qu'ambassadeurs ou ambassadrices peut renforcer l'attention portée aux mesures et à leur impact.



**Une ville ou une commune peut donc nouer un partenariat avec une personnalité locale connue (artiste, sportif, musicien, homme ou femme politique, influenceur, etc.), créer du contenu commun (vidéos ou photos) dans lequel cette personnalité relaie les messages de la campagne, puis diffuser ce contenu sur ses propres canaux et dans les médias.**

## 4.3 Offres de l'IGSU

**Communication numérique** : une campagne d'information peut être lancée en complément sur les médias en ligne, comme des vidéos. L'IGSU met à la disposition des villes, des communes, des écoles, des entreprises et des organisateurs un vaste catalogue de mesures.

- Si vous êtes intéressé.e par les **mesures de la « Grande étude suisse sur le littering »**, veuillez contacter l'IGSU : [info@igsu.ch](mailto:info@igsu.ch), 043 500 19 99
- **Les affiches, les interventions d'ambassadeurs.rices, les ateliers scolaires**, les moyens auxiliaires pour le **Clean-Up-Day national IGSU** et pour les **parrainages de sites** peuvent être commandés ici, moyennant une participation aux frais.
  - Affiches : [www.igsu.ch/affices](http://www.igsu.ch/affices)
  - Interventions d'ambassadeurs.rices IGSU pour les communes et les écoles (ateliers) : [www.igsu.ch/ambassadeurs](http://www.igsu.ch/ambassadeurs)
  - Clean-Up-Day : [www.clean-up-day.ch](http://www.clean-up-day.ch)
  - Parrainages de sites : [www.parrainagedesite.ch](http://www.parrainagedesite.ch)
- Pour bénéficier de **conseils** d'expert.es de l'IGSU (moyennant une participation aux frais), visant à déterminer les mesures adaptées à votre ville ou commune et pouvant être mises en œuvre efficacement, veuillez nous contacter à l'adresse suivante : [info@igsu.ch](mailto:info@igsu.ch) ou par téléphone au 043 500 19 99



## 4.4 Sources d'inspiration

Il n'est pas nécessaire de réinventer la roue. De nombreuses mesures efficaces contre les déchets sauvages ont déjà été mises en œuvre dans les aires de pique-nique et de loisirs. Laissez-vous inspirer par ces mesures et adaptez-les à votre ville ou à votre commune. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de mesures anti-littering mises en place par d'autres villes et communes suisses, par l'IGSU, ainsi que dans la « Grande étude suisse sur le littering ».

### Nudging<sup>5</sup> :



**Flèche d'indication**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)



**Flèche représentant une cigarette**  
devant une poubelle avec des cendriers intégrés,  
ville de Thoun [www.thun.ch](http://www.thun.ch)



**Pancarte accroche-porte « Merci de nettoyer »**  
pendant le Clean-Up-Day, ville de Thoun  
[www.thun.ch](http://www.thun.ch)

### Gamification<sup>6</sup> :



**Poubelle de vote** Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)



**Basketbin**, Calderdale UK  
[www.calderdale.gov.uk/](http://www.calderdale.gov.uk/)

## Infrastructures:



**Station de recyclage**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.petrecycling.ch/shop](http://www.petrecycling.ch/shop)



**Poubelle avec messages humoristiques**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)



**Poubelle monstre**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)



**Caissette à cartons de pizzas**  
Ville de Thoun  
[www.thun.ch](http://www.thun.ch)



**Initiative Zsüber**  
Ville de Zurich  
[www.zsüber.com/](http://www.zsüber.com/)

## Affiches :



**Portraits de personnes de la voirie**  
Ville de Genève  
[www.geneve.ch](http://www.geneve.ch)



**Affiches**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)



**Affiches**  
Grande étude suisse sur le littering  
[www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)

## Entretiens de sensibilisation :



Équipes d'ambassadeurs.rices IGSU  
[www.igsu.ch/ambassadeurs](http://www.igsu.ch/ambassadeurs)



Trash Angels : des jeunes à Bâle  
[www.mjabasel.ch](http://www.mjabasel.ch)

## Mesures participatives :



IGSU Clean-Up-Day  
[www.clean-up-day.ch](http://www.clean-up-day.ch)



Projets de parrainages de sites de l'IGSU  
[www.parrainagedesite.ch](http://www.parrainagedesite.ch)



Social Responsibility Days de l'IGSU  
[www.igsu.ch/entreprises](http://www.igsu.ch/entreprises)

## Formations environnementales dans les écoles :



Ateliers scolaires de l'IGSU  
[www.igsu.ch/ecoles](http://www.igsu.ch/ecoles)



Matériel pédagogique de l'IGSU et de Swiss Recycle  
sur le littering, le recyclage et l'économie circulaire  
[www.littering-recycling.ch](http://www.littering-recycling.ch)

# 5. Glossaire

- 1 Mesure de sensibilisation**

Une mesure de sensibilisation vise à attirer l'attention du public sur un thème, un problème ou un comportement particulier, et à éveiller sa prise de conscience. Elle influence durablement le comportement des gens en modifiant leur attitude. Parmi les mesures de sensibilisation contre les déchets sauvages, on peut citer les entretiens de sensibilisation ou les affiches informatives.
- 2 Mesure adaptée à chaque situation**  
(également : mesure spécifique à chaque setting)

Une mesure spécifique à une situation est directement adaptée à une situation concrète ou à un lieu précis afin d'encourager un comportement souhaité. Ainsi, les déchets sont plus susceptibles d'être éliminés correctement si, au moment de prendre la décision de les jeter, une poubelle au design humoristique ou une station de recyclage se trouve à proximité.
- 3 Norme sociale**

Une norme sociale est une règle ou une attente tacite au sein d'un groupe qui dicte la manière dont ses membres doivent se comporter pour que leur comportement soit considéré comme correct ou acceptable. Les normes sociales déterminent ce qui est normal ou souhaitable au sein d'une société ou d'un groupe.
- 4 Appel à la protection de l'environnement**

Un appel à la protection de l'environnement est une invitation ciblée à adopter un comportement respectueux de l'environnement.
- 5 Gamification**

La gamification consiste à intégrer des éléments ludiques pour stimuler la motivation et encourager les changements de comportement souhaités. L'élimination des déchets, par exemple, est rendue plus attrayante grâce à un jeu de lancer dans la poubelle.
- 6 Nudging**

Le nudging consiste à aménager un environnement de manière ciblée afin d'inciter les gens à adopter un certain comportement. Par exemple, des empreintes de pas collées au sol ou des flèches indiquant l'emplacement des poubelles incitent les gens à jeter leurs déchets dans les poubelles.
- 7 Mesure participative**

Les mesures participatives désignent des processus dans lesquels différents groupes participent activement à la planification et à la mise en œuvre de projets. Parmi les mesures participatives typiques de lutte contre les déchets sauvages, on peut citer par exemple le Clean-Up-Day IGSU ou les projets de parrainage de sites, dans le cadre desquels la population s'engage bénévolement contre le littering.

# 6. Bibliographie

Haiderer, N., Knecht, L., Tobler C. & Herrmann A. (2023)

Étude de terrain sur le littering. Aperçu des bases scientifiques.

Haute école de psychologie appliquée FHNW, Institut pour les offres de marché et les décisions en matière de consommation.

Hêche N., Herrmann A., Hoefler N. Tobler, N. & Vajda N. (2024)

Grande étude suisse sur le littering. État des lieux des mesures anti-littering mises en œuvre par les villes et communes, et de leur efficacité. Haute école de psychologie appliquée FHNW, Institut pour les offres de marché et les décisions en matière de consommation.

Littering-Toolbox (18 mars 2026)

Procédure : de la planification des mesures à leur mise en œuvre. [www.littering-toolbox.ch](http://www.littering-toolbox.ch)

Centre de compétences suisse contre le littering IGSU (18 mars 2026)

Recherche. Grande étude suisse sur le littering : mesures anti-littering efficaces. [www.igsu.ch/recherche](http://www.igsu.ch/recherche)

Tobler, N. & Vajda N. (2025)

Grande étude suisse sur le littering : Partie 1, rapport sur les résultats de l'expérience de terrain concernant les mesures anti-littering dans les aires de pique-nique et de loisirs. Haute école de psychologie appliquée FHNW, Institut pour les offres de marché et les décisions en matière de consommation.