



Les Bonnes Pratiques de vos actions de communication

À destination des collectivités locales
conventionnées Refashion

Re_fashion

Refashion vous accompagne financièrement

En tant que collectivités locales, vous êtes des relais clés pour faire passer les bons messages autour du tri des textiles et chaussures.

Pour vous accompagner, Refashion met à votre disposition un catalogue d'actions et des soutiens financiers dédiés, afin de vous aider à concevoir et déployer des campagnes de communication adaptées à vos usagers.

Ce guide a pour objectif de vous présenter ces dispositifs et de vous inspirer dans la mise en place d'initiatives concrètes au sein de la filière textiles et chaussures.

Le **barème** de soutien est calculé en fonction de la population de la collectivité, définie ci-après.

Classification	Population de la collectivité (en nb d'habitants)
TLC 1	≥ 350 000 hab.
TLC 2	[80 000 hab. ; 350 000 hab.]
TLC 3	[20 000 hab. ; 80 000 hab.]
TLC 4	< 20 000 hab.

Refashion accompagne vos actions de communication

Les **7 actions soutenues** par Refashion :

- Le socle de communication **NOUVEAU**
- La collecte événementielle
- Les collectes événementielles récurrentes **NOUVEAU**
- La sensibilisation jeunesse
- La sensibilisation des citoyens
- L'achat d'espaces publicitaires
- La communication digitale

Toutes les actions de communication mises en place **doivent contenir** :

- Les consignes de tri
- 1 message clé au choix parmi les 4 de la filière

Les **consignes de tri** et les **messages clés** de la filière sont disponibles sur le site internet Refashion ou sur la convention type collectivité.

Comment accéder aux soutiens Refashion ?



Le catalogue d'actions

Barème unitaire par action

Taille de la collectivité locale	TLC 1	TLC 2	TLC 3	TLC 4	
NOUVEAU 1. Socle de communication	1000 €	1000 €	1000 €	1000 €	
2. Collecte événementielle	3000 €	2000 €	1500 €	1000 €	
NOUVEAU 3. Collectes événementielles récurrentes	Impression / boîteage flyers / SMS : 8000 € Animation : 4000 € Pilotage : 1000 €				
4. Sensibilisation jeunesse	300 €	300 €	300 €	300 €	
5. Sensibilisation des citoyens	300 €	300 €	300 €	300 €	
6. Achat d'espaces publicitaires	PQR*	3000 €	2000 €	1500 €	1000 €
	Radio locale	3000 €	2000 €	1500 €	1000 €
	Affichage	3000 €	2000 €	1500 €	1000 €
7. Communication digitale	1000 €	1000 €	1000 €	1000 €	

Le catalogue d'actions

Nombre maximum d'actions soutenues par an

Taille de la collectivité locale	TLC 1	TLC 2	TLC 3	TLC 4
NOUVEAU 1. Socle de communication	1 fois par an			
2. Collecte événementielle	6	6	4	4
NOUVEAU 3. Collectes événementielles récurrentes	package de 10 collectes par an			
4. Sensibilisation jeunesse	80 groupes/an	50 groupes/an	30 groupes/an	20 groupes/an
5. Sensibilisation des citoyens	50 groupes/an	40 groupes/an	30 groupes/an	20 groupes/an
6. Achat d'espaces publicitaires	PQR*	2 campagnes par an		
	Radio locale	1 campagne par an		
	Affichage	1 campagne par an		
7. Communication digitale	1 campagne = 12 publications/an			

* Presse Quotidienne Régionale

1. Le socle de communication



Soutien financier
de 1000 €
pour toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 4.

Le socle de communication permet de **diffuser les messages clés de la filière** sur vos supports pérennes.

Ces 5 messages clés permettent de sensibiliser les citoyens sur la consommation responsable et le bon geste de tri des textiles et chaussures.

Ce soutien remplace le socle d'éligibilité et peut être mobilisé une fois par an.

Exemple d'un socle de communication
Le guide du tri de
Grenoble Alpes Métropole

Les Bonnes Pratiques

Exemples de socles de communication soutenus :

- ✓ Diffusion des messages clés **sur votre guide de tri**
- ✓ Diffusion des messages clés **sur votre site internet**

Exemples de socles de communication non soutenus :

- ✗ Diffusion des messages clés sur vos supports non pérennes (affiche, flyer, ...)
- ✗ Diffusion des messages clés sur vos réseaux sociaux

→ Les 5 messages clés doivent être communiqués

→ Transmettre le bon lien vers la page du site internet de la collectivité qui présente les 5 messages clés

→ Ne pas se tromper dans les justificatifs : seuls les renvois vers le site internet ou le guide du tri sont éligibles ici

→ Anticiper la mise à jour du site internet pour pouvoir bénéficier des soutiens

→ Le soutien du socle de communication est différent du soutien à la communication digitale > penser à activer les 2

2. La collecte événementielle



Soutien financier
de 3 000 € pour
les plus grandes
collectivités (TLC 1)
à 1 000 € pour les
plus petites (TLC 4).

Cf. tableau p. 4.

Les collectes événementielles désignent des **collectes ponctuelles**.

D'une durée de quelques heures à quelques jours, elles sont organisées dans des espaces centraux et fréquentés des communes. Elles peuvent intervenir en complément d'un événement (durant la SERD par exemple).

Solution de **collecte complémentaire** aux points d'apport existants, elles offrent un service de proximité très apprécié des usagers !



Exemple d'une collecte événementielle
«Du tri dans ma penderie» organisée par le syndicat SYMEVAD

Les Bonnes Pratiques

Exemples de collectes événementielles soutenues :

- ✓ **Collectes éphémères organisées sur un espace public** (marché, mairie, vide-grenier, ...)
- ✓ **Collectes éphémères organisées sur un espace privé** (parking de supermarché...)
- ✓ **Collectes itinérantes** (déchèterie mobile, recyclerie mobile)
- ✓ **Concours de collecte inter / intra établissement** (associations, salariés d'entreprise...)

Exemples de collectes événementielles non soutenues :

- ✗ Troc party sans espace de collecte
- ✗ Collecte organisée par un opérateur de collecte qui n'est pas conventionné avec Refashion
- ✗ Messages clés non communiqués
- ✗ Les collectes qui n'ont pas permis de collecter des textiles et chaussures usagés (collecte à 0 tonne)

→ L'opérateur de collecte doit être conventionné Refashion

→ 1 adresse = 1 collecte

→ Durée : 1 ou plusieurs journées consécutives = 1 collecte

→ Les messages clés doivent être communiqués

→ Les tonnages collectés doivent être supérieurs à 0 tonne

3. Les collectes événementielles récurrentes



Soutien financier
pouvant aller
jusqu'à 13 000 €
pour toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 4.

Les collectes événementielles récurrentes permettent de **proposer des solutions de collectes événementielles tout au long de l'année**.

Ces collectes peuvent prendre plusieurs formes : collectes éphémères sur espace public ou privé, collectes itinérantes, ou encore concours de collecte inter ou intra-établissement.

L'objectif est de multiplier les points de contact avec les citoyens pour faciliter le geste de tri et le dépôt des textiles et chaussures usagés.

Le package de 10 collectes intègre également un soutien au pilotage des opérations ainsi qu'aux actions de communication associées.



Exemple d'une collecte événementielle récurrente
Collectes en supermarché organisées par le SMD3

Les Bonnes Pratiques

Exemples de collectes événementielles récurrentes soutenues :

✓ **Collectes éphémères**
organisées sur **un espace public**
(marché, mairie, vide-grenier, ...)

✓ **Collectes éphémères**
organisées sur **un espace privé**
(centre commercial, parking de supermarché, ...)

✓ **Collectes itinérantes**
(déchèterie mobile, recyclerie mobile)

✓ **Concours de collecte inter / intra établissement**
(associations, salariés d'entreprise, ...)

Exemples de collectes événementielles récurrentes non soutenues :

✗ Troc party sans espace de collecte

✗ Collecte organisée par un opérateur de collecte qui n'est pas conventionné avec Refashion

✗ Messages clés non communiqués

✗ Les collectes qui n'ont pas permis de collecter des textiles et chaussures usagés (collecte à 0 tonne)

→ 1 adresse = 1 collecte

→ Durée : 1 ou plusieurs journées consécutives = 1 collecte

→ Les messages clés doivent être communiqués

→ Les tonnages collectés doivent être supérieurs à 0 tonne

4. La sensibilisation jeunesse



Soutien financier
de 300 € pour toutes les collectivités.

Cf. tableau p. 4.

Les actions de sensibilisation jeunesse peuvent être déployées dans les écoles ou dans les centres de loisirs, durant les temps scolaires ou périscolaires.

Elles permettent aux jeunes de découvrir la filière textiles et chaussure, tout en les **incitant à adopter des comportements responsables**, notamment en matière de consommation durable, réparation, réemploi et tri.



Exemple de sensibilisation jeunesse
Animation en collèges dans la communauté d'agglomération du Grand Belfort

Les Bonnes Pratiques

Exemples d'actions de sensibilisation jeunesse soutenues :

- ✓ **Atelier réparation /couture**
Apprentissage des bases de la couture pour apprendre à réparer
- ✓ **Animations sur le réemploi**
Organisation de défilés seconde main, friperies, troc party...
- ✓ **Atelier d'upcycling**
Transformation d'un textile ou d'une chaussure usagée pour un nouvel usage
- ✓ **Animations sur les 4R**
(réduction, réparation, réemploi, recyclage) : Organisation d'ateliers pratiques, animations, visites de centre de tri textiles conventionnés, stands de sensibilisation...

Exemples d'actions de sensibilisation jeunesse non soutenues :

- ✗ Action ne portant pas sur l'allongement de la durée de vie des textiles et chaussures usagés
- ✗ Action mobilisant une matière première autre que des textiles et chaussures usagés post-consommation
- ✗ Visite d'un lieu non dédié aux textiles et chaussures usagés
- ✗ Messages clés non communiqués

→ Les messages clés doivent être communiqués

→ 1 groupe = 1 classe

→ Il n'est pas obligatoire de faire une sensibilisation uniquement dédiée aux textiles et chaussures pour être soutenu. Les actions de réduction des déchets sont soutenues si elles incluent les messages clés de la filière

→ Pensez à utiliser le bonus collecte! (50€ de soutien complémentaire si une collecte est réalisée pendant l'action de sensibilisation)

5. La sensibilisation des citoyens



Soutien financier
de 300 € pour toutes les collectivités.

Cf. tableau p. 4.

Les actions de sensibilisation des citoyens **permettent de diffuser les messages de la filière** par le biais d'animations engageantes.

Il est primordial d'aller **à la rencontre des citoyens pour les sensibiliser** aux enjeux de l'économie circulaire.

Ces initiatives soutenues jouent un rôle clé dans l'allongement de la durée de vie des textiles et des chaussures.



Exemple d'une action de sensibilisation des citoyens organisée par le syndicat Bil ta Garbi

Les Bonnes Pratiques

Exemples d'actions de sensibilisation des citoyens soutenues :

- ✓ **Atelier réparation /couture**
Apprentissage des bases de la couture pour apprendre à réparer
- ✓ **Animations sur le réemploi**
Organisation de défilés seconde main, friperies, troc party...
- ✓ **Atelier d'upcycling**
Transformation d'un textile ou d'une chaussure usagée pour un nouvel usage

- ✓ **Animations sur les 4R**
Organisation d'ateliers pratiques, animations, visites de centre de tri textiles conventionnés, stands de sensibilisation...

Exemples d'actions de sensibilisation des citoyens non soutenues :

- ✗ Action ne portant pas sur l'allongement de la durée de vie des textiles et chaussures usagés
- ✗ Action mobilisant une matière première autre que des textiles et chaussures usagés post-consommation
- ✗ Visite d'un lieu non dédié aux textiles et chaussures usagés
- ✗ Intervention auprès d'un public professionnel
- ✗ Messages clés non communiqués

→ Les messages clés doivent être communiqués

→ Penser à utiliser le bonus collecte! (50€ de soutien complémentaire si une collecte est réalisée pendant l'action de sensibilisation)

6. Achat d'espaces publicitaires



Soutien financier
de 3 000 € pour
les plus grandes
collectivités (TLC 1)
à 1 000 € pour les
plus petites (TLC 4).

Cf. tableau p. 4.

Refashion soutient **l'achat d'espaces publicitaires** qui visent à **sensibiliser les citoyens** au geste de tri, et à améliorer la connaissance des dispositifs de collecte existants.

Ce soutien peut être utilisé au fil de l'eau **pour donner de la visibilité** à la filière ou **promouvoir un événement textile** sur le territoire. Il couvre jusqu'à 70 % des factures présentées, dans la limite de plafonds unitaires définis selon la taille de la collectivité.

Il offre une opportunité d'amplifier vos actions locales !



Exemple d'achat d'espace publicitaire
Campagne réalisée par le syndicat mixte départemental TRIFYL

Les Bonnes Pratiques

Exemples d'achats d'espace publicitaire soutenus :

✓ **L'achat d'espace dans la presse régionale ou départementale** (papier ou web)

✓ **L'achat d'espace à la radio locale / le cinéma local**

✓ **L'achat d'espace pour réaliser des affichages** sur des panneaux publicitaires, des bus, ou des véhicules de collecte

Exemples d'achats d'espace publicitaire non soutenus :

✗ Article de presse non facturé, rédigé à l'initiative des journalistes ou publié sur des magazines de la collectivité

✗ Absence de factures

✗ Interview radio

✗ Messages clés non communiqués

→ Les messages clés doivent être communiqués

7. Communication digitale



Soutien financier
de 1000 €
pour toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 4.

La communication digitale est un **outil privilégié** des collectivités, permettant de **relayer les événements importants** du territoire ou de partager les bons réflexes en matière de tri des déchets.

Différents réseaux sociaux sont utilisés par les collectivités, les plus fréquents étant Facebook, Instagram, YouTube et TikTok.



smictomvalcobreizh 🚫 Ne nous dites pas que vous jetez vos textiles à la poubelle alors qu'il existe...
Une filière de tri pour vos textiles, chaussures et sacs : les bornes Le Relais 🚪 ↗ !

Exemple de post sur les réseaux sociaux
Communication digitale sur Instagram,
SMICTOM VALCOBREIZH

Les Bonnes Pratiques

Exemples de communications digitales soutenues :

- ✓ **Diffusion de posts** sur les réseaux sociaux de la collectivité
- ✓ **Diffusion d'articles sur le site internet** dans des rubriques « actualités »

Exemples de communications digitales non soutenues :

- ✗ Communication sur le site internet de la collectivité, à l'exception de la promotion d'une actualité ponctuelle (ex : promotion d'un événement sur les textiles)
- ✗ Posts sur des réseaux sociaux qui n'appartiennent pas à la collectivité conventionnée Refashion
- ✗ Moins de 12 posts diffusés sur l'année
- ✗ Messages clés non communiqués

→ Diffusion minimum de 12 posts/an (soit environ 1 post/mois)

→ Les messages clés doivent être communiqués

→ Il n'est pas nécessaire d'indiquer tous les messages clés sur chaque post, ils doivent apparaître sur l'ensemble des publications cumulées

→ Une même publication diffusée sur 3 réseaux sociaux compte pour 3 publications différentes (puisque chaque réseau touche un public différent)

Re_fashion

Pour tout renseignement,
contactez-nous à l'adresse suivante :
collectivite@refashion.fr

**Ensemble, faisons progresser la filière
pour donner une deuxième vie
aux textiles et chaussures collectés.**