

Rapport Final



Campagne “Kofa Mon Amour”

Sensibilisation à l’usage des alternatives aux sacs en plastique



Association Zero Zbel

Synthèse des actions réalisées dans le cadre de la campagne Kofa Mon Amour :

- Rédaction, conception et impression de supports de sensibilisation utilisés sur le terrain;
- Impression de T-shirts "Kofa Mon Amour";
- Conception de visuels pour les réseaux sociaux ;
- Achat de 400 Sacs réutilisables auprès de deux Associations :
 - Ressourc'in, à Casablanca
 - Association du Docteur Fatiha, à Berkane
- Création d'une page web dédiée à la campagne, sur le site <http://www.zerozbel.ma/koffa-mon-amour/> ;
- Publications sur [facebook](#) et [Instagram](#) après chaque action faite sur le terrain :
 - 11 publications au total, avec plus de 480 likes et plus de 15500 personnes touchées;
- Tournage vidéo sur le terrain à Agadir;
- Session de photographie en studio sur les alternatives aux sacs plastiques;
- 5 journées de sensibilisation sur les marchés, à Casablanca, Agadir et Tétouan ;
- 1 journée de nettoyage de plage et de sensibilisation à la pollution plastique en Méditerranée, incluant un audit des déchets sur la plage et des ateliers-débat;
- Présentation des résultats de l'enquête à la presse et à la société civile, lors du "Forum sur la prévention des déchets marins", le 10 mai 2018 à Rabat. Voici le lien vers une vidéo de Hespress (principal site d'information sur internet au Maroc en Arabe) réalisée lors du forum :
<https://www.facebook.com/Hespress/videos/10156246776791655/> ;
- Préparation d'un catalogue présentant les alternatives.

Planning des actions de sensibilisation réalisées sur le terrain :

Date	Ville	Lieu	Type d'action
24/03/2018	Casablanca	Marché de Bourgogne	Sensibilisation et enquête sur les marchés
24/03/2018	Casablanca	Marché Lahjajma	Sensibilisation et enquête sur les marchés
25/03/2018	Casablanca	Marché Derb Ghallef	Sensibilisation et enquête sur les marchés
25/03/2018	Casablanca	Marché Riviera	Sensibilisation et enquête sur les marchés
14/04/2018	Agadir	Souk El Had	Sensibilisation et

			enquête sur les marchés
15/04/2018	Inezgane	Souk Tlat	Sensibilisation et enquête sur les marchés
28/04/2018	Tétouan	Marché Simsa	Sensibilisation et enquête sur les marchés
28/04/2018	Tétouan	Marché Taboola	Sensibilisation et enquête sur les marchés
29/04/2018	Martil	Plage de Martil	Journée de nettoyage et de sensibilisation à la pollution plastique en Méditerranée

Nos réalisations en quelques chiffres clés :

Nombre de marchés visités	Nombre de villes visitées	Nombre de jours de sensibilisation sur le terrain	Nombre de personnes touchées	Nombre de sacs réutilisables distribués	Nombre de volontaires mobilisés
8 Marchés	4 Villes	6 Jours	235 personnes interviewées : - 142 Commerçants - 93 Clients > 35 participants à la journée de sensibilisation	346 sacs	24 volontaires

Retour d'expérience qualitatif sur les actions de sensibilisation menées :

- ★ Retour d'expérience des journées de sensibilisation et d'enquête sur les marchés :
 - Les gens sont très ouverts, accueillants et positifs à propos de l'initiative Kofa Mon Amour. Bien que les commerçants et clients des marchés ne soient pas habitués à des campagnes comme la nôtre, ou à répondre à des enquêtes, tout c'est bien déroulé et les gens étaient très réceptifs à nos messages.
 - Quelques difficultés rencontrées sur le terrain:

- La langue a été une difficulté que nous avons rencontrée dans la région Souss (à Agadir et Inzegane). Les locaux parlent principalement Amazigh et ils sont parfois moins enclins à échanger quand on les aborde en arabe darija.
 - Certaines personnes sont méfiantes vis-à-vis de notre démarche car il craignent que nous ne soyons des journalistes. Ces doutes étaient généralement levés assez rapidement en discutant et en présentant nos messages de sensibilisation.
 - L'enquête que nous menions sur les marchés suscitait aussi quelques questionnements de la part des gens. Certains ne voulaient pas que nous notions leur réponses sur notre questionnaire en ligne. Il fallait donc discuter avec eux d'abord, puis noter leur réponses dans un deuxième temps.
 - Quelques rares fois, certains hommes refusaient d'échanger avec les filles qui étaient volontaires avec nous. Le contraire aussi est arrivé parfois avec des femmes.
- Relation avec les autorités:
 - Il a été difficile d'avoir les autorisations pour nos actions dans la région de Tétouan. Les autorités nous percevaient comme une association étrangère à la ville et ont exigé de nous de trouver une association partenaire locale. Nous avons donc coordonné nos actions avec l'association AESVT Tétouan, qui nous a été d'une grande aide.
 - Partout ailleurs, les autorités ont été très collaboratives.
- ★ Retour d'expérience concernant la journée de sensibilisation et de nettoyage de plage à Martil, en Méditerranée :
- Nous avons coordonné l'activité avec l'Association des Enseignant-e-s de Science de la Vie et de la Terre (section Tétouan).
 - Nous avons parlé de la campagne Koffa Mon Amour et de ses objectifs. Nous avons tenu un atelier-débat avec les participants pour leur montrer les alternatives aux sacs en plastique, ainsi que les impacts de la pollution plastique sur les océans, sur l'environnement et sur la santé.
 - Après, nous avons fait un ramassage de déchets sur la plage et en parallèle, nous avons mené un audit des déchets.
 - La journée a compté plus de 35 participants, dont une quinzaine d'enfants.

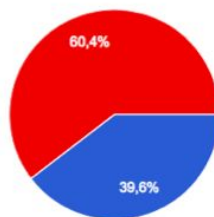
Résultats de l'enquête

- ★ L'enquête a été menée sur 8 marchés, sur 5 jours au total, dans les villes de Tétouan, Casablanca et Agadir :
 - Le questionnaire utilisé pour l'enquête #KofaMonAmour est accessible sur le lien suivant : <https://goo.gl/forms/ILTnhfPKvneesv5D3>
- ★ Les résultats de l'enquête ont été présentés à la presse et à la société civile lors du "Forum sur la prévention des déchets marins", le 10 mai 2018 à Rabat.
- ★ Les principaux résultats sont présentés ci-dessous :

Population interrogée

235

Personnes interrogées



● Client du marché
● Commerçant au sein du marché

Connaissance de la loi 77-15 et des impacts des sacs plastiques



90%

savent que la loi existe



60%

considèrent que les sacs en plastique ont un impact fort sur l'environnement et la santé

Evolution de la consommation de sacs en plastique

≈50%

considèrent que la consommation reste la même ou à augmenté



≈50%

considèrent que la consommation a diminué mais que les sacs plastiques sont encore utilisés

Habitudes de consommation des sacs en plastique

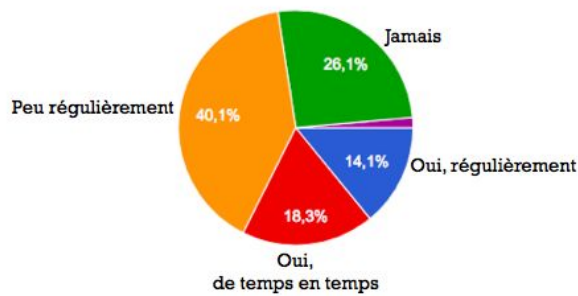
60%
des commerçants
déclarent que
+ de 80% de leurs
clients exigent des
sacs en plastique



65%
des clients
déclarent utiliser 5 à
15 sacs en plastique à
chaque fois qu'ils font
leurs courses

Utilisation des alternatives aux sacs en plastique

Est ce que vous avez régulièrement des clients qui utilisent des alternatives aux sacs en plastique?



Utilisation des alternatives aux sacs en plastique

Quelles sont les principales limites à l'usage des alternatives aux sacs en plastique?



- ★ L'analyse des résultats de l'enquête permet de conclure aux éléments suivants :
- En matière de prise de conscience :
 - La population est au courant de l'existence de la loi interdisant les sacs en plastique à usage unique, même si elle n'en maîtrise pas toujours les détails exacts.
 - La majorité des personnes interviewées ont conscience de l'impact important des sacs en plastique sur l'environnement.
 - En matière d'évolution de la consommation des sacs en plastique :
 - La large prise de conscience quant à la loi et aux impacts des sacs plastiques ne suffisent pas à générer un changement des comportements.
 - La majorité des gens continuent d'exiger des sacs en plastiques aux commerçants.
 - Les personnes interviewées considèrent que les sacs en plastiques n'ont pas disparus : 50% considèrent que la consommation a tout de même diminué depuis l'entrée en vigueur de la loi 77-15, et 50% considèrent que la consommation de sacs en plastiques est restée la même ou à augmenté.
 - En matière d'utilisation des alternatives aux sacs en plastiques :
 - Très peu de gens utilisent des alternatives et même ceux qui apportent un panier au marché prennent généralement aussi des sacs en plastiques (d'après les commerçants interviewés).
 - Les 3 principaux freins à l'utilisation des alternatives cités par les personnes interviewées sont :
 - Le prix : les alternatives coûtent trop cher
 - La réticence à changer les habitudes : Les consommateurs refusent encore de changer leurs habitudes d'achat
 - L'aspect pratique : Les alternatives ne sont pas pratiques, notamment pour emballer des produits humides tels que le poisson, la viande, le poulet, les olives etc.
 - **Conclusions générales :**
 - Tant que les sacs plastiques continueront à être vendus et distribués illégalement, les consommateurs changeront très difficilement leurs habitudes.
 - Les commerçants sont pris en étau entre la loi qui interdit les sacs en plastique et les consommateurs qui savent que les sacs en plastique sont toujours disponibles et qui continuent de les exiger.
 - Un travail en amont de la chaîne de valeur est nécessaire pour mieux faire appliquer l'interdiction de production et de vente des sacs plastiques.
 - Un effort national d'éducation est aussi nécessaire pour promouvoir les nombreuses alternatives disponibles, et permettre un changement culturel permettant de se défaire de la "culture du sac jetable".

- Il faut aussi promouvoir particulièrement les alternatives permettant d'acheter les produits humides, qui sont considéré comme un vrai problème par les consommateurs et les commerçants.

Continuité au-delà du projet pour pérenniser l'impact :

- ★ Déploiement d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux autour de la date d'anniversaire de la loi 77-15 interdisant les sacs plastiques, le 1er juillet, et autour du "International Plastic Bag Free Day", le 3 juillet :
 - Reposter les affiches de sensibilisation afin de les mettre à disposition des associations, écoles et universités souhaitant mener des actions sur le sujet.
 - Reposter une série de visuels individuels concernant les différents messages clés de la campagne "Kofa Mon Amour".
 - Utiliser les résultats de l'enquête de terrain pour interpeller les médias et promouvoir des solutions efficaces permettant d'encourager l'usage des sacs réutilisables.



