



Rapport d'activité

2024



SOMMAIRE

P. 3 Préambule

- L'association Gestes Propres
- La problématique des déchets abandonnés

P. 7 2024 : une année sportive

- Le mot d'introduction du président
- Les réussites et chiffres clés de 2024

P. 10 1 - Sensibiliser

- Les campagnes de l'année
- Les programmes dédiés aux espaces naturels

P. 19 2 - Comprendre

- Suite de l'expérimentation « Mission Zéro Déchet Abandonné » (MODA)
- Retour sur la Mission « Bus - Zéro déchet abandonné »
- Etude IFOP « La pratique du dépôt sauvage en milieu urbain et péri-urbain »
- Outil de monitoring des facteurs de changement des comportements

P. 29 3 - Partager

- Un nouveau site internet pour faciliter le partage et la mutualisation
- Nettoyages et opérations partenaires
- Les temps forts de l'année
- Nos outils de sensibilisation en accès libre
- Un dispositif de collecte et de tri largement déployé

P. 37 Annexes

- Annexe 1: État financier de l'exercice 2024
- Annexe 2: Un réseau multi-acteurs

PRÉAMBULE



L'association Gestes Propres

Gestes Propres est une association reconnue d'intérêt général qui depuis plus de 50 ans agit avec une communauté d'acteurs et de partenaires, pour lutter contre les déchets abandonnés.

C'est un vaste combat, car l'association Gestes Propres estime à 1 million de tonnes les déchets abandonnés tous les ans en France hexagonale.

Les impacts environnementaux sont nombreux : menaces pour la biodiversité, déséquilibre des écosystèmes, pollution des sols, des eaux, risque d'incendie, risques sanitaires ...

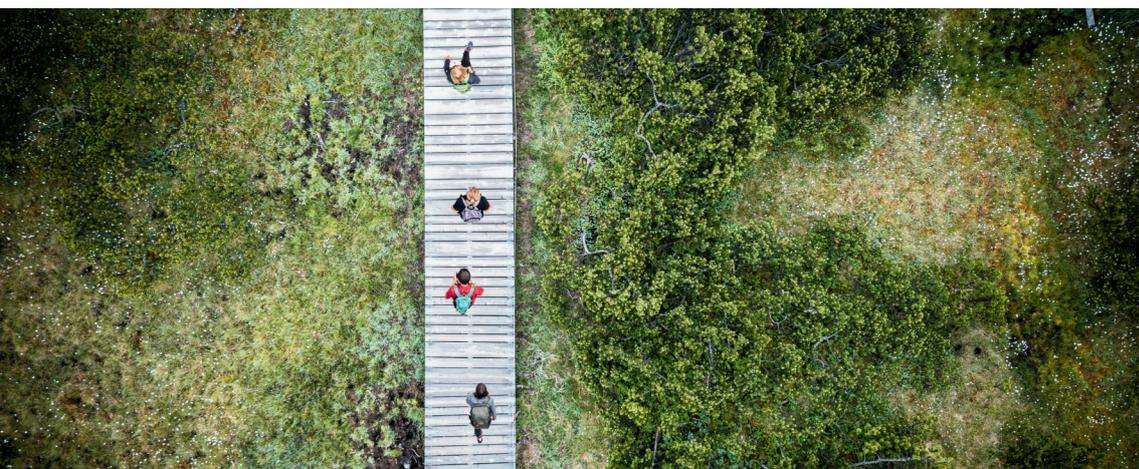
Sans oublier les conséquences sociales : augmentation du sentiment d'insécurité, baisse de l'attractivité des territoires ...

L'association déploie différentes actions de prévention comme des campagnes nationales de communication, le développement de programmes dédiés à la préservation des espaces naturels, des outils de sensibilisation à destination du grand public...

Elle mène aussi des études et pilote des expérimentations terrain pour mieux comprendre les comportements et tester des nouveaux dispositifs de prévention intégrant des étapes d'évaluation.

Aujourd'hui, Gestes Propres évolue dans un large écosystème et tisse des liens avec de nombreux partenaires : les associations d'élus, le ministère de la transition écologique, les collectivités, des éco-organismes et entreprises partenaires, des gestionnaires d'espaces naturels et d'autres associations.

L'association est convaincue que chacun a un rôle à jouer pour lutter contre les déchets abandonnés, et c'est dans cet état d'esprit qu'elle mobilise au quotidien toutes les parties prenantes. A ce titre, sa gouvernance est plurielle et ses actions de sensibilisation sont toujours coconstruites.



La problématique des déchets abandonnés

La définition retenue des « déchets abandonnés » est celle de l'ADEME : il s'agit de déchets jetés dans l'environnement, volontairement ou par négligence, hors des circuits prévus (poubelles, déchèteries, prestataires). Cela inclut les mégots, petits papiers et emballages, encombrants, déchets verts, etc..., retrouvés aussi bien en ville qu'en milieu naturel.

UN MILLION DE TONNES DE DÉCHETS ABANDONNÉS CHAQUE ANNÉE

Suivre le parcours d'un déchet hors des circuits de collecte est complexe. Les données sont rares, mais les estimations compilées par Gestes Propres permettent de cerner l'ampleur du phénomène : **près d'un million de tonnes de déchets seraient abandonnés chaque année** en France hexagonale, soit l'équivalent de **plus de 100 Tours Eiffel**.

Les comportements peuvent varier selon les lieux. Ainsi, les personnes interrogées ne portent pas la même attention en fonction du milieu où elles se trouvent : elles font plus attention lorsqu'elles se promènent dans des espaces naturels (campagne, montagne, plage ...) qu'en ville ou sur les bords de route.

DÉCHETS DIFFUS ET DÉPÔTS SAUVAGES

On distingue :



Les déchets diffus souvent issus d'un manque de vigilance ou de négligence ; les plus fréquents étant les mégots, les chewing-gums, les emballages et les bouteilles en verre ;



Les dépôts sauvages, sont le plus généralement issus d'un geste planifié et volontaire (encombrants, meubles...).

LES PRATIQUES D'ABANDON



Plus d'un quart des Français avoue avoir déjà laissé tomber un déchet sans le ramasser, souvent par manque de vigilance¹.



90 % considèrent les consommateurs comme responsables des déchets abandonnés¹.

¹ Etude IFOP « L'attitude des Français vis-à-vis des déchets abandonnés » pour Gestes Propres et Citeo – 2020/21



Plus d'un quart des Français (27 %) jette encore ses déchets par la fenêtre de sa voiture. 40% ont moins de 35 ans².



Concernant le dépôt sauvage, **un Français sur quatre** admet avoir déjà abandonné un encombrant dans l'espace public (en milieu urbain ou péri-urbain). **66 %** d'entre eux pensent même « bien faire »³.

DES GESTES QUI NE SONT PAS SANS CONSÉQUENCES

Les 2 mots les plus associés aux déchets abandonnés sont **incivilité** et **pollution**¹.

Un déchet abandonné en dehors des circuits de traitement ne pourra non seulement pas être valorisé, mais aura aussi de nombreux impacts : environnementaux, sociaux, sanitaires et économiques.

En effet, une tonne de déchets abandonnés coûte près de 5 fois plus chère aux collectivités à ramasser, qu'une tonne de déchets correctement collectés (et donc jetés au bon endroit)⁴.

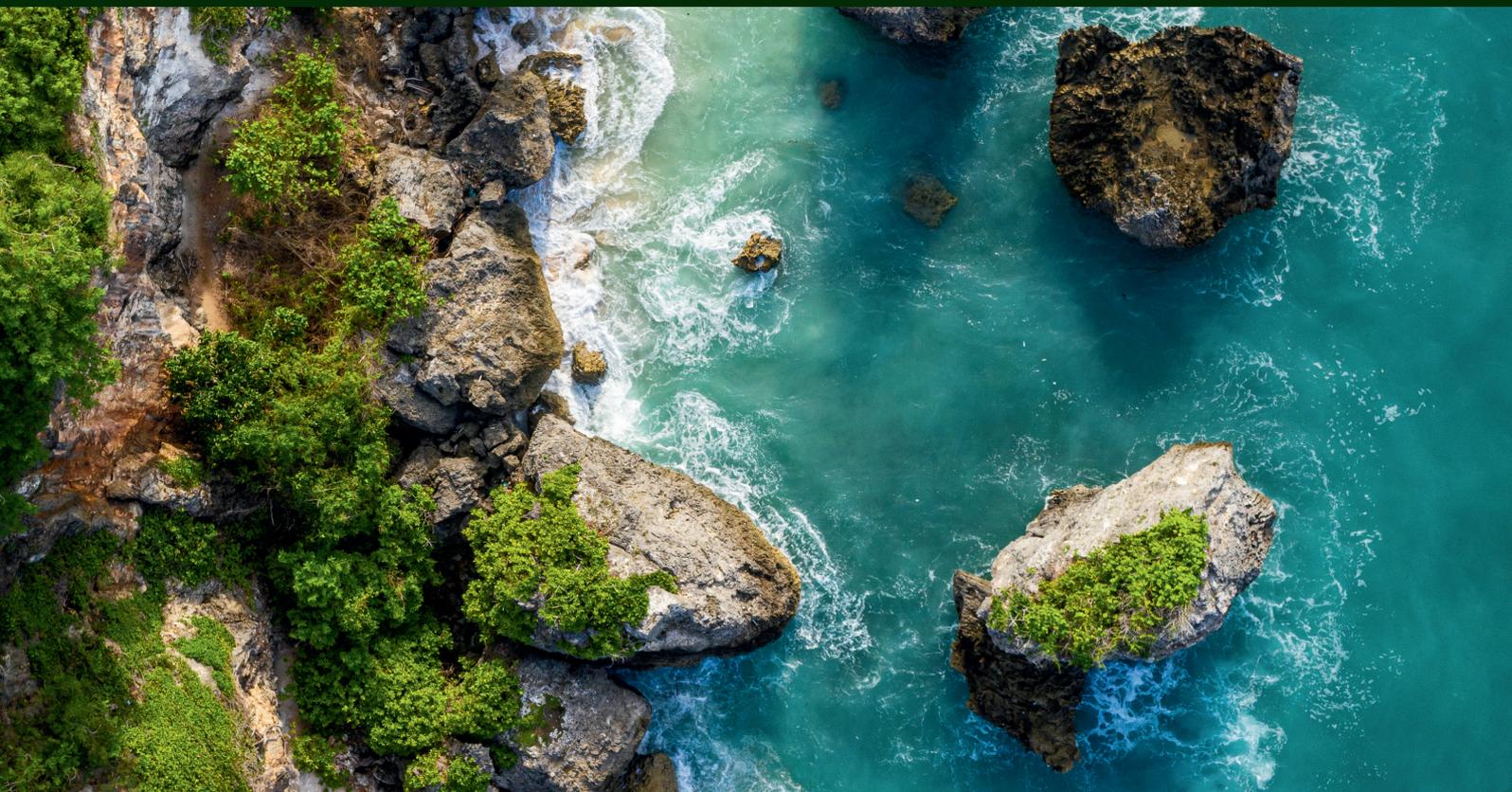
² Etude IPSOS « Jettomanie » pour la Fondation Vinci Autoroutes - 2024

³ Etude IFOP « La pratique du dépôt sauvage en milieu urbain et périurbain » pour Gestes Propres – 2024/25

⁴ ADEME - 2019



2024 : UNE ANNÉE SPORTIVE



Le mot d'introduction du président

Cette année a été marquée par un **passage de relais** au poste de Déléguée Générale entre Aude Guiomar et Carole Carpentier qui est partie à la retraite après 12 ans d'engagement chez Gestes Propres. C'est l'occasion pour moi de la remercier pour toute son énergie et sa motivation à faire avancer la lutte contre les déchets abandonnés.

2024 c'est aussi **l'année de la reconnaissance** pour Gestes Propres qui obtient le statut d'association d'intérêt général. C'est une très bonne nouvelle qui récompense l'engagement de longue date de Gestes Propres dont la mission est de contribuer à faire évoluer les comportements pour préserver notre environnement des déchets abandonnés.

Cette année aura aussi été l'occasion de réaliser un **challenge d'équipe**, avec une campagne clin d'œil aux Jeux Olympiques et Paralympiques, véritable dispositif 360° de communication qui a mobilisé un grand collectif d'acteurs et de partenaires dans une logique d'amplification : #PourLaBeautéDuGeste.

Gestes Propres a également su s'imposer dans **toutes les disciplines** : affichage (« Petits déchets », et « Pour la beauté du geste »), TV (« Le mégot des villes et ses compagnons de voyage »), radio (« Pour la beauté du geste ») et digital (« Prooopro »).

En coulisses, l'association **a maintenu le rythme**, avec la réalisation d'audits terrain exceptionnels pour évaluer ses programmes phares dédiés aux espaces naturels : « Gardez et trieux vos déchets » ; et « Je navigue, je trie ». Les résultats confirment l'intérêt de ces dispositifs à la fois pour les bénéficiaires et les usagers, et encouragent l'association à poursuivre ses efforts.

Nous avons aussi fait **l'après match** de l'expérimentation « Mission bus zéro déchet abandonné » clôturée fin décembre 2023. L'occasion de revenir sur les enseignements, les opportunités et d'émettre des recommandations au bon usage du dispositif de sensibilisation imaginé dans le cadre de ce projet. La métropole de Lyon a capitalisé dans la foulée de l'expérimentation sur les outils de la mallette pédagogique et a notamment mené des campagnes d'affichage.

Et pendant que l'équipe **mouillait le maillot** à la refonte intégrale d'un nouveau site, notre ambassadeur Breffni Bolze escaladait le toit du monde pour nettoyer le trek de l'Everest des déchets abandonnés par les alpinistes.

Tout cela n'aurait pu être possible sans la confiance et le soutien de nos membres et partenaires, que nous remercions tous très sportivement !

C'est cette mobilisation collective que nous souhaitons continuer d'impulser. Et pour cela nous avons besoin de toutes les énergies.

Jean-François MOLLE,
Président de Gestes Propres



Réussites et chiffres clefs 2024

UNE BELLE RECONNAISSANCE : L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Gestes Propres a été reconnue **association d'intérêt général**, une marque de reconnaissance pour notre engagement de longue date dans la lutte contre les déchets abandonnés.

« POUR LA BEAUTÉ DU GESTE » : UNE CAMPAGNE OLYMPIQUE



2 ambassadeurs de Gestes Propres porteurs de la flamme Olympique (Carole Carpentier – Ludovic Franceschet)



Une « **labellisation** » du Comité d'Organisation des Jeux Olympiques (COJO)



20 000 espaces d'affichages dans **près de 700 villes**



Près d'1 million de diffusions en DOOH (affichage numérique)



Près de 3 millions de visionnages sur les réseaux sociaux (TikTok – Meta)



Dispositif de campagne **téléchargé 200 fois** en accès libre sur notre site internet

DES RÉCOMPENSES AUX TROPHÉES DE LA COMMUNICATION 🏆

Deux campagnes Gestes Propres ont été récompensées aux Trophées de la communication : le dispositif « **Pour la beauté du geste** » s'est placé 4^{ème} dans la catégorie « Meilleure action de communication responsable » et la campagne « **Prooopre** » a obtenu la 5^{ème} place dans la catégorie « Meilleure action de communication sur les médias sociaux » (après avoir déjà obtenu un TopCom d'argent en 2023).

UN RECORD D'ALTITUDE POUR LE PROGRAMME « GARDEZ ET TRIEZ VOS DÉCHETS »



En 2024, l'association a soutenu la folle aventure de son ambassadeur, Breffni Bolze, lors d'une **expédition de ramassage de déchets sur le trek de l'Everest**.

UNE COLLABORATION FACILITÉE AVEC UN NOUVEAU SITE INTERNET

Pour renforcer l'échange et le partage de nos ressources avec nos partenaires, **le nouveau site propose deux espaces complémentaires :**

- **un espace « tout public »** pour sensibiliser et mobiliser avec des contenus en accès-libre (études, outils pédagogiques, campagnes, etc.),
- **un espace dédié aux partenaires** (collectivités, associations, entreprises, écoles...) pour simplifier leurs démarches (commandes, inscriptions aux programmes, organisation d'actions, etc.).

1 SENSIBILISER



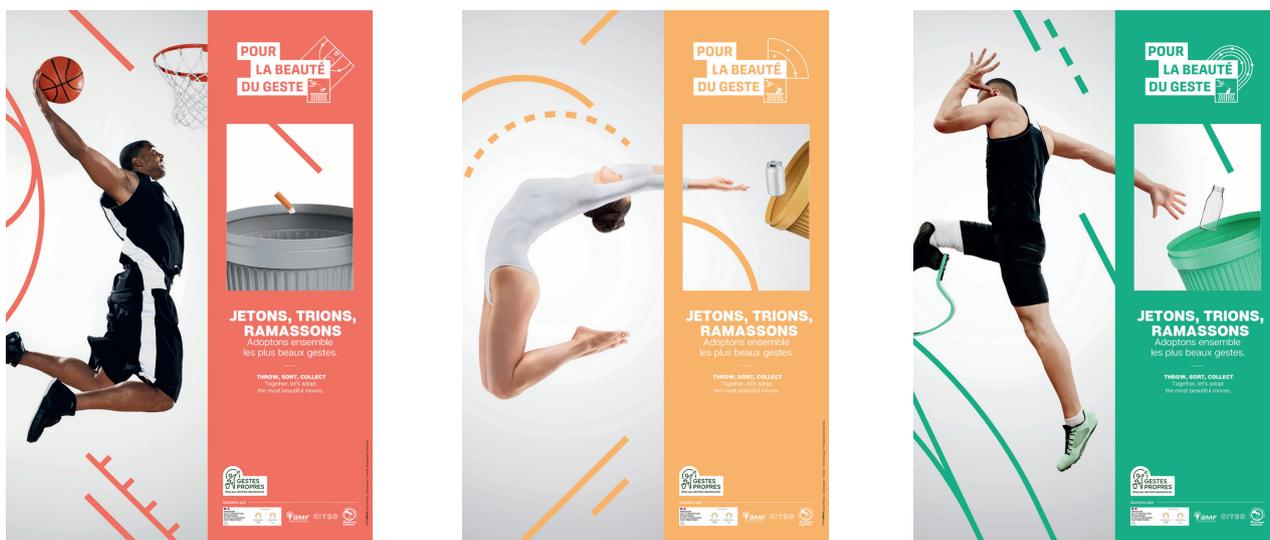
Nos campagnes de l'année (affichage, digital, TV, radio...)

“POUR LA BEAUTÉ DU GESTE” : UN DISPOSITIF DE SENSIBILISATION INÉDIT

À l'occasion des **Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024**, Gestes Propres a lancé une grande campagne de sensibilisation, « **Pour la beauté du geste** », destinée à promouvoir les gestes propres dans l'espace public. En s'inspirant de la précision des gestes sportifs, cette initiative a valorisé trois gestes simples mais essentiels : jeter ses déchets à la poubelle, les trier dès que possible, et ramasser ceux que l'on trouve.

Pensée pour devenir un programme et accompagner d'autres événements sportifs, cette campagne a notamment été intégrée à la boîte à outils du Comité d'Organisation des Jeux Olympiques (COJO) dans le cadre du programme « Ensemble pour des jeux plus responsables ».

Une campagne de communication 360° pour accueillir les 15 millions de visiteurs.



Afin de toucher un public large et varié, la campagne a été diffusée sur **3 canaux nationaux** que sont l'affichage, le digital et la radio :



Plus de 20 000 espaces d'affichage mobilisés dans près de 700 communes, et **plus d'1 million de diffusions en DOOH**, grâce à l'appui de 12 afficheurs partenaires ;



Une campagne sponsorisée sur les réseaux sociaux atteignant **570 000 vues sur Facebook/Instagram** et **2,4 millions de vues sur TikTok** ;



Un spot radio diffusé pendant un mois sur NRJ, marquant une première en radio pour l'association. Ce sont plus de 1.3 millions de personnes qui ont été touchées.

Un dispositif en accès libre pour un appel à la mobilisation

D'une ampleur sans précédent pour l'association, le dispositif a été conçu pour être **accessible et personnalisable** afin d'embarquer un grand collectif d'acteurs concernés par les jeux :

- Affiches de campagne avec options de personnalisation ;
- Clips audio et vidéo ;
- Livret d'activités 4 pages pour les plus jeunes ;
- Kit de communication digitale (posts réseaux sociaux, bannières web, signatures mail) ;
- Mais aussi tout un panel de nudges : pochoirs clean tags, habillages pour les cendriers de vote, cendriers de poche « Mon mégot où il faut », stickers pour les poubelles ou les sacs de vente à emporter....



Mis à disposition en open source sur une page dédiée du site internet de Gestes Propres, le dispositif « Pour la beauté du geste » a été largement diffusé et **la boîte à outils a été téléchargée plus de 200 fois !**

Pour faire connaître ce dispositif aux collectivités, l'association l'a notamment présenté lors des rencontres de l'Association des Villes pour la Propreté Urbaine (AVPU) en mai 2024, ainsi que lors d'un webinar Idealco en juin 2024. Il a aussi fait l'objet d'une brève dans le magazine « Maires de France » de juin 2024 (35 000 lecteurs).

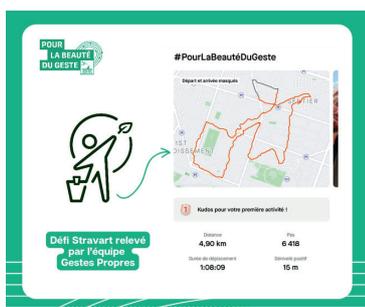
Un collectif d'acteurs partenaires aux côtés de Gestes Propres

Cette démarche a été rendue possible grâce au **soutien de tous nos membres et de nos partenaires** : Alcome (Mon mégot où il faut), l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité, Citeo, le Ministère de la Transition écologique ainsi qu'un écosystème dynamique composé de collectivités territoriales, d'associations environnementales et sportives, de labels responsables d'hébergeurs, et de nombreux relais locaux.

Cet esprit de mobilisation collective s'est poursuivi sur **les réseaux sociaux**, avec :



Une capsule vidéo coproduite avec la Ville de Paris, mettant en scène **Ludovic Franceschet** (éboueur, créateur de contenus et ambassadeur de Gestes Propres) et **Benjamin Axus** (membre de l'équipe de France de judo), **visionnée par près de 250 000 personnes.**



Un défi « Stravart », pour engager le plus grand nombre à des actions concrètes sur le terrain en combinant sport et ramassage de déchets (plogging).



De nombreuses reprises de la campagne sur les réseaux sociaux, de la part d'acteurs de tous horizons, soutiens et partenaires.

[Voir la campagne](#) ✨

« PROOOPRE » : LA SAGA CONTINUE !

Après avoir été récompensée par un Top Com d'argent dans la catégorie « Campagne sur les réseaux sociaux », la série de capsules vidéo lancée en 2023 s'est agrandie avec un 5^{ème} épisode pour l'été 2024.

Créée dans le but de rappeler les gestes propres à adopter à l'arrivée des beaux jours, cette nouvelle vidéo aborde la thématique des encombrants (notamment lors de déménagements, travaux, embellissements, jardinage...) et présente un axe de solution à adopter sur un ton léger et souriant.



Dans le cadre d'une campagne de sponsorship sur Tiktok, **chaque capsule a été visionnée en moyenne 5,5 millions de fois !**

[Voir la campagne](#) ✨

« PETITS DÉCHETS, GROS IMPACTS », ENCORE EN AFFICHAGE



Après avoir été affichée deux années de suite, la campagne « Petits déchets, gros impacts » a été reconduite en 2024 grâce au soutien d'afficheurs partenaires, dont la plupart membres de l'UPE (Union de la Publicité Extérieure). Ce sont près de **8 000 espaces d'affichage** qui ont porté la campagne, prouvant ainsi son caractère intemporel.

- Pour plus de 91% des Français, cette campagne sensibilise aux déchets abandonnés et pour 84% elle marque les esprits ;
- Pour 8 personnes sur 10, elle aide à prendre conscience de l'impact du mauvais comportement et incite efficacement à ne pas jeter ses déchets "n'importe où"⁵.

[Voir la campagne](#) 

« LE MÉGOT DES VILLES ET SES COMPAGNONS DE VOYAGE » SUR PETIT ÉCRAN

Diffusé pour la première fois en 2022, le spot de sensibilisation « Le mégot des villes et ses compagnons de voyage » a fait son retour sur le petit écran. En 2024, il a été diffusé sur **France 3 et France 5** du 29 avril au 5 mai, et pour la première fois sur les **chaînes du groupe Canal +**, du 1er au 15 juillet.

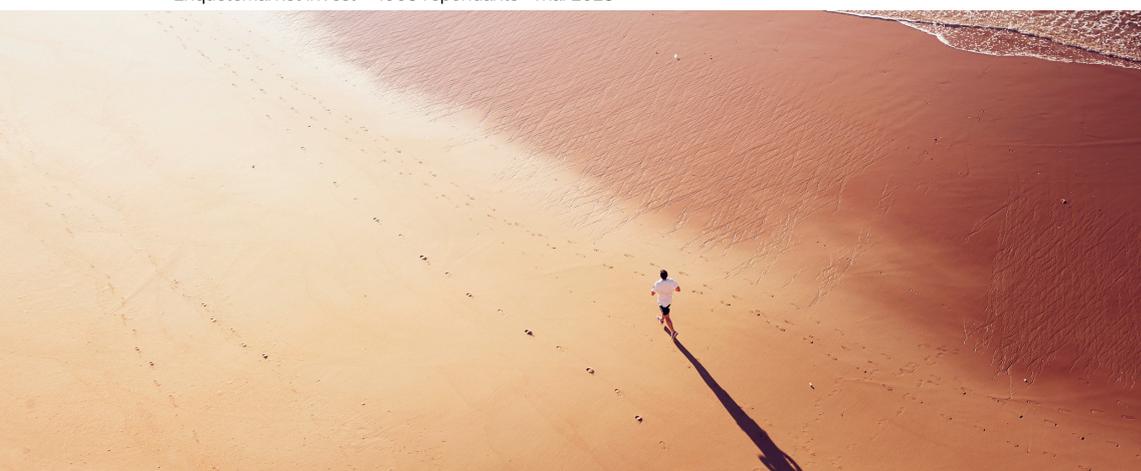
Ce sont plus de 6 **200 000 personnes** qui ont été touchées !



france•tv **CANAL+**
GROUPE

[Voir la campagne](#) 

⁵ EnquêteMarket Invest – 1005 répondants - mai 2023



Nos programmes dédiés aux espaces naturels

« JE NAVIGUE, JE TRIE »

Soutenu par cinq partenaires majeurs (Alcome - Mon mégot où il faut, Citeo, Barbier, Pavillon Bleu et le Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche), le programme « **Je navigue, je trie** » à destination des plaisanciers, poursuit son objectif de sensibilisation.

Pour contribuer à réduire la pollution marine et fluviale, son mot d'ordre est sans équivoque : « **Rien par-dessus bord, tous mes déchets au port !** »



Une dynamique en pleine expansion

En 2024, **22 nouveaux ports** ont rejoint l'initiative, portant à 122 le nombre de ports partenaires en métropole, outre-mer, à Monaco et même en Italie. Tous bénéficient d'un dispositif complet de sensibilisation et de collecte, leur permettant d'accompagner les plaisanciers vers une meilleure gestion de leurs déchets.

Des outils repensés et enrichis

Dans une logique d'amélioration continue, les supports de communication ont été entièrement repensés : **refonte graphique, digitalisation et diversification des outils.**

En plus des traditionnels cabas de tri, sacs poubelle, affiches et cendriers de poche Mon mégot où il faut, **un nouveau coloriage pédagogique** à destination des enfants a été proposé, afin de sensibiliser les plus jeunes à la problématique du transfert des déchets de la terre à la mer.



Des résultats encourageants

 **530 000 plaisanciers sensibilisés**
(+ 18 % par rapport à 2023)

 **70 000 cabas de tris distribués**
(+ 22 % par rapport à 2023)

 **82 000 sacs poubelle distribués**
(+ 23 % par rapport à 2023)

 **45 000 cendriers de poche distribués**

Un audit réalisé sur le terrain auprès des bénéficiaires révèle que :



100 % des ports sont satisfaits du programme et souhaitent le renouveler en 2025



77 % constatent une amélioration concrète du comportement des plaisanciers concernant la gestion des déchets grâce au programme.

Un nouvel ambassadeur engagé

En 2024, le programme a eu le plaisir d'accueillir un nouvel ambassadeur : **Pierrick Ledard**, champion d'aviron de mer, gestionnaire de deux ports partenaires (Barneville-Carteret et Portbail), et sapeur-pompier volontaire. Sa proximité avec les enjeux environnementaux marins fait de lui un nouveau porte-parole, aux côtés de l'ambassadeur historique du programme : François Galgani chercheur émérite à l'Ifremer.



[En savoir plus sur le programme](#) 

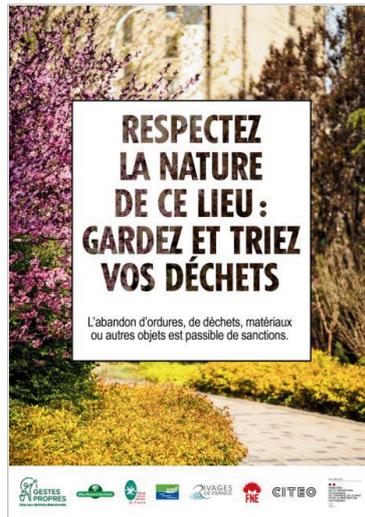
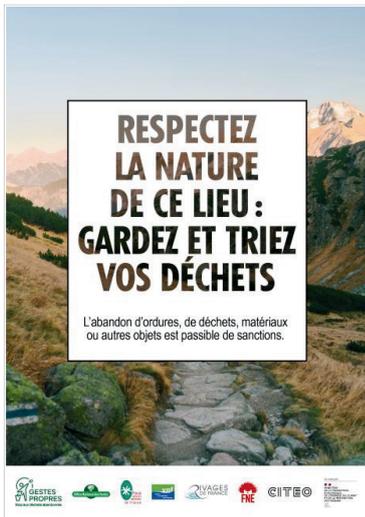
« **GARDEZ ET TRIEZ VOS DÉCHETS** »

Créé en 2019, « **Gardez et triez vos déchets** » est un programme national multipartenaire (Citeo, Office National des Forêts, Parcs Naturels Régionaux, Voies Navigables de France, Rivages de France, France Nature Environnement, Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche) qui s'adresse aux usagers des espaces naturels avec un message simple mais essentiel : « **Respectez la nature de ce lieu : gardez et triez vos déchets.** »

Un message national, décliné localement

Pour accompagner **l'absence ou le retrait des poubelles dans les sites naturels**, ce programme encourage chacun à ramasser ses déchets pour les trier plus tard et ainsi limiter l'abandon de déchets et leurs impacts sur l'environnement.

Le dispositif s'appuie sur une signalétique claire et harmonisée installée dans divers sites naturels (forêts, parcs, montagne, bords de cours d'eau...). En 2024, trois nouveaux visuels sont venus compléter les panneaux existants, portant à 13 le nombre de visuels proposés pour permettre une meilleure identification et intégration à l'espace naturel concerné.



Une année de sensibilisation et d'évaluation

Un **étude terrain** menée par le bureau d'études Terra a révélé que :



100 % des gestionnaires interrogés se déclarent **satisfaits du programme**



39 % d'entre eux observent une réelle **diminution des déchets abandonnés**



86 % complètent le dispositif avec des **actions pédagogiques ou d'animation sur site.**

Plus spécifiquement, les panneaux du programme reçoivent des retours positifs des usagers, qui les trouvent :

- **Clairs** pour 99 % des répondants ;
- **Efficaces** pour 88 % ;
- Susceptibles de susciter une **prise de conscience** (82 %) ;
- **Incitatifs** à ne pas jeter (83 %) ;
- **Marquants** (86 % disent qu'ils ne laissent pas indifférents).

L'audit a aussi permis de définir des axes de déploiement du programme :

1. **S'appuyer davantage sur les partenaires fondateurs du programme** pour continuer à recruter de nouveaux espaces naturels (Opération de lancement, kit salons, kit réseaux sociaux...);
2. **Trouver de nouveaux relais** (dont les offices de tourisme ou autre partenaire comme Lumiplan - cf. p 33) ;
3. **Faire évoluer le programme dans une logique d'amélioration continue** : mise à jour des panneaux, matériels pédagogiques complémentaires, accompagnement pour déséquiper les sites encore pourvus de poubelles ...

Un nouvel ambassadeur sur le toit du monde

En 2024, le programme s'est hissé au sommet du monde grâce à Breffni Bolze, ingénieur en environnement et passionné de haute montagne. Lors de son trek de nettoyage au mont Everest, il a affiché le slogan du programme de Gestes Propres.

« Être ambassadeur de Gestes Propres est une évidence au regard de mon engagement de longue date pour la propreté de la nature. » - Breffni Bolze

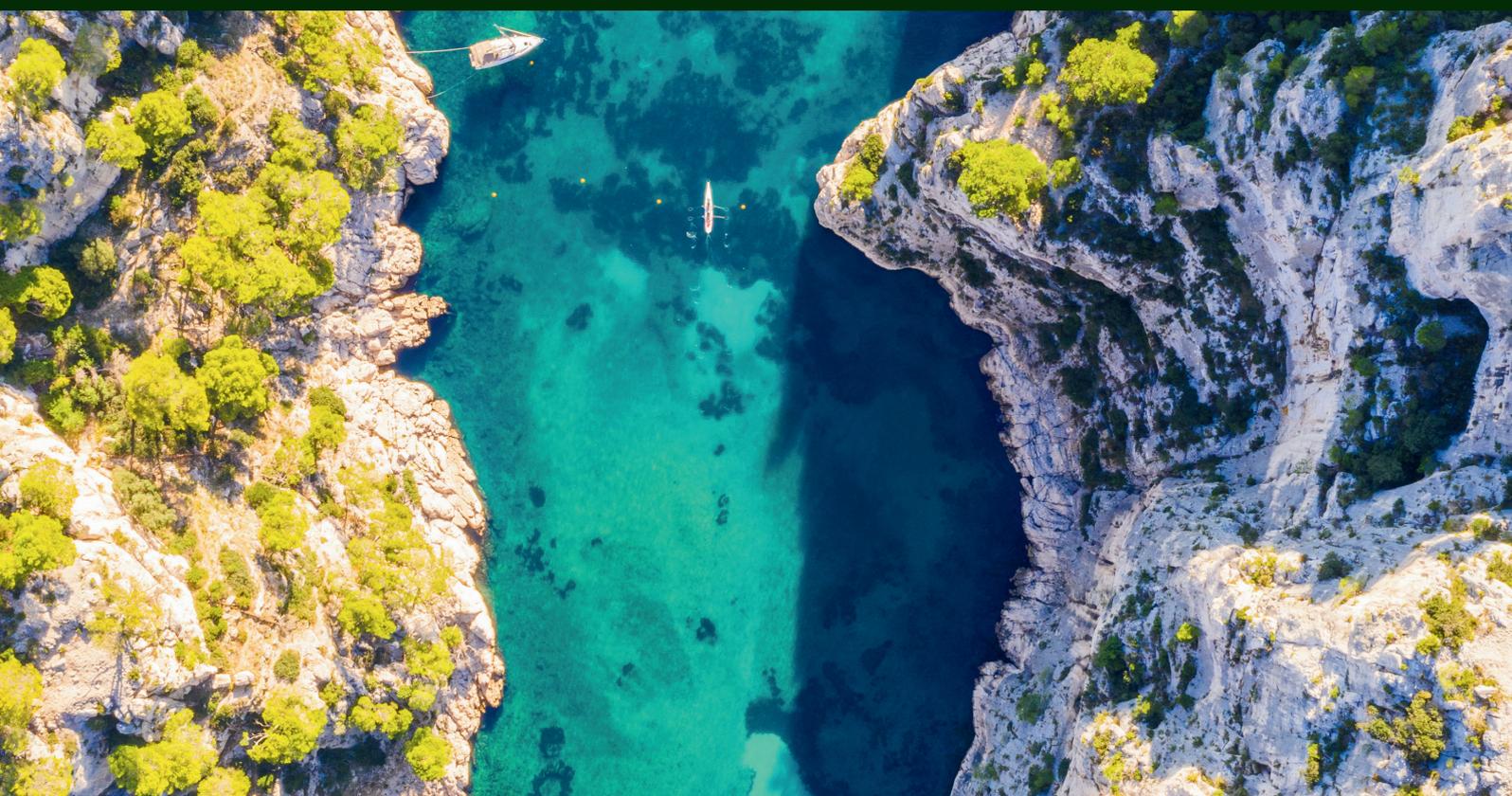


En savoir plus sur le programme ✨

Retrouvez le film de l'expédition ✨



2 COMPRENDRE



Suite de l'expérimentation « Mission Zéro Déchet Abandonné » (MODA)

Cette expérimentation, débutée en 2021 et inspirée de la stratégie européenne du Clean Europe Network, prône une approche globale pour lutter contre les déchets abandonnés reposant sur la **mobilisation des acteurs du territoire et l'activation de plusieurs leviers de prévention** :



Cette initiative est la première de cette envergure en France. Elle est pilotée par Gestes Propres et Rudologia, et soutenue par Alcome, Citeo, l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité et le Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche.

Une bonne dynamique collective initiée en début d'année

Les 4 villes pilotes se sont lancées dans cette expérimentation de manière différée : en 2022 pour Fouesnant (29) et Sceaux (92), et en 2023 pour Ozoir-la-Ferrière (77) et Vitrolles (13).



Séminaire MODA accueilli à l'AMF :

Après avoir mené les phases préparatoires dans chaque territoire et rattrapé le décalage des lancements pour chacune des villes, un séminaire a réuni les référents des villes pilotes ainsi que tous les partenaires du projet. Ce temps fort a permis d'initier une dynamique collective pour 2024 :

- Retour sur les états des lieux réalisés et les principaux enjeux identifiés ;
- Présentation des résultats des études comportementales ;
- Présentation des résultats des études sur les équipements et des caractérisations de déchets ;
- Atelier de partage des retours d'expériences sur les actions menées par chacune des villes avant le démarrage de MODA.

Webinaire Sanction :

Les mêmes acteurs ont été réunis en juin sur le sujet de la sanction. Ce webinaire, animé par l'association Rudologia, avait pour objectif de **former les élus et agents municipaux** sur les **bonnes pratiques de prévention** et sur la **sanction** applicable à ces infractions.

Mobilisation citoyenne :

Cette étape, conçue en partenariat avec l'association Empreintes Citoyennes, s'articulait en 3 temps :

- **Activation du réseau des partenaires** de la ville pour préparer la mobilisation ;
- **Campagne de communication** pour inviter à participer la consultation citoyenne en ligne ;
- **« Assises 0 Déchet Abandonné »** pour restituer publiquement les résultats de la consultation et coconstruire un plan d'actions de prévention.



Définition de plans d'actions :

La conception et le déploiement d'actions de prévention des déchets abandonnés à Vitrolles et Ozoir-la-Ferrière n'ont pas pu être menés étant dépendants des résultats de la mobilisation citoyenne qui n'a pas pu avoir lieu.

A Sceaux, les réunions publiques ont permis d'identifier 3 actions prioritaires :

- Créer un concours de design pour concevoir des corbeilles de villes résistantes aux animaux responsables d'éparpillements de déchets (rats, corneilles...);
- Rencontrer un commerçant (Bubble-Tea), pour proposer et accompagner une démarche de réduction de ses déchets ;
- Organiser une exposition d'œuvres d'arts, conçues avec des matériaux de récupération.

A Fouesnant, les enquêtes et états des lieux ont permis à Gestes Propres d'identifier 3 autres actions :

- Installer des cendriers à proximité des bars, leur offrir des sous-bocks de sensibilisation, et équiper les buralistes de cendriers de poche ;
- Améliorer la signalétique sur les bacs à marées, et expliquer leur fonctionnement en amont de leur utilisation (office de tourisme...);
- Déployer autour du stade une communication issue de la campagne « Pour la beauté du geste », appuyée par des événements et animations ponctuels (défi de ramassage de déchets...).

Des difficultés rencontrées, mais *in fine*, une boîte à outils complète !

Finalement, l'approche à 360° initialement souhaitée pour cette expérimentation n'aura pas pu être pleinement testée en raison notamment de contraintes opérationnelles identifiées en cours de route, de portages politiques variables, et d'événements imprévus en 2024 (législatives anticipées, affaire judiciaire dans une des villes).

Pour autant les 5 piliers de l'approche 360, ont tous été travaillés par des experts, et des outils « clés en main » existent pour chacun d'eux, permettant la mise en place d'un dispositif de sensibilisation complet par les collectivités qui le souhaiteraient.

DIAGNOSTIC ET ÉTUDES DU TERRAIN

Outil de pré-diagnostic

Permet de faire le point sur le fonctionnement des services de la ville, sur les ressources à disposition, tout en appuyant les échanges entre services.

Formulaire d'enquête publique

Pour mieux comprendre comment les usagers de la ville perçoivent la propreté de leur territoire et évaluer leurs comportements.

MOBILISATION DES ACTEURS LOCAUX

Guide de mobilisation

Un accompagnement pas à pas, de la préparation d'une consultation publique jusqu'au déploiement d'un plan d'actions construit avec la participation des habitants.

Questionnaire de consultation citoyenne

Préparé avec des experts de la participation citoyenne, cet outil permet de solliciter les retours des habitants avant de concevoir un plan d'actions avec eux.

Kit de communication « Mobilisation »

Prêts à l'emploi, ces supports de communication rendent visible la consultation citoyenne pour en augmenter et diversifier l'audience : affiches, bannières, posts réseaux sociaux.

COMMUNICATION ET SENSIBILISATION

Dispositif de sensibilisation

Gratuits et conçus par des experts de la communication, ce panel d'outils offre de nombreuses possibilités de sensibilisation : affiches, posts réseaux sociaux, messages audio & vidéo, stickers, marquages au sol.

MESURES DE LA PROPRETÉ

Grilles de caractérisation des déchets abandonnés

Validée par le terrain, cette méthode peut être utilisée :

- Ponctuellement, pour identifier les déchets problématiques et leurs localisations ;
- A intervalles réguliers, pour suivre l'efficacité d'actions mises en place.

MÉDIATION ET SANCTION

Support de formation

A destination des équipes territoriales, cette formation permet de comprendre les tenants et aboutissants des mesures coercitives à votre disposition.

Plus d'informations sur notre site 

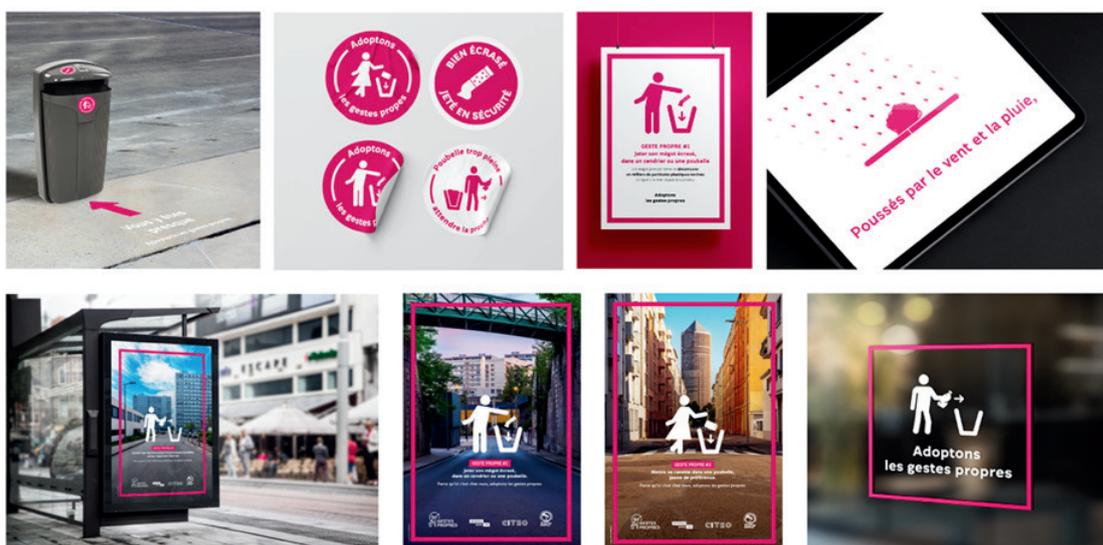
Retour sur la Mission « BUS - Zéro Déchet Abandonné »

MISSION « BUS - ZÉRO DÉCHET ABANDONNÉ » : RÉSULTATS ET VALORISATION DU DISPOSITIF

En 2023, l'association Gestes Propres, la Métropole du Grand Lyon et un collectif de partenaires (Alcome, Citeo, JCDecaux, Keolis, Sytral Mobilités) ont lancé une initiative innovante baptisée « **Bus - Zéro déchet abandonné** ». Cette expérimentation, menée sur une ligne de bus de la métropole lyonnaise, avait pour objectif de **mieux comprendre les comportements et réduire les déchets abandonnés** dans l'espace public, notamment autour des arrêts de bus, des lieux marqués par une forte fréquentation.

Pour rappel, la mission s'est construite autour de plusieurs volets : études terrain sur les équipements de collecte, comptages des déchets à différents moments du projet (avant, pendant, après la mise en place du dispositif de sensibilisation), et enquêtes comportementales menées par un psychologue social auprès d'usagers, de conducteurs et de cantonniers.

Ces recherches ont permis d'identifier des leviers d'actions essentielles à la mise en place d'un dispositif efficace avec les outils de communication « **Parce qu'ici c'est chez nous** ».



Retour d'expérience sur l'expérimentation

L'année 2024 a été dédiée à l'analyse des données recueillies et à la **formalisation des enseignements**.

Retrouvez la fiche REX sur notre site 

Les principaux constats :

- Les déchets les plus fréquemment observés aux abords des arrêts de bus sont les chewing-gums, les mégots, les papiers et les emballages ;
- Majoritairement de petite taille (90 %), ces déchets sont d'autant plus présents que la fréquentation des arrêts est élevée ;
- Du côté des usagers, 26 % ont constaté une amélioration de la propreté, traduisant un effet positif, bien que mesuré, du dispositif.

Des recommandations ont été proposées pour optimiser le dispositif "si c'était à refaire" :

- **Intervenir dans un contexte de propreté maîtrisée**, avec un déploiement cohérent dans le temps et l'espace. En cas de budget limité, cibler une zone restreinte et visible, et utiliser des supports de communication peu coûteux ;
- **Impliquer davantage les parties prenantes**, notamment les agents de propreté, dans la mise en place (stickers, marquages) et l'évaluation du dispositif ;
- **Assurer un suivi régulier**, en veillant à la bonne installation des outils et à la clarté des messages, et en mesurant l'impact via des retours terrain ou enquêtes usagers.

Les opportunités à explorer :

- **Impliquer en amont les relais terrain** (commerçants, bailleurs sociaux, administrations) via un kit clé en main ;
- **Valoriser l'opération** à travers les canaux municipaux ou des événements de type cleanup ;
- **Associer écoles et associations à travers des actions participatives**, comme un concours photo pour illustrer les supports de communication ;
- **Adapter le message selon les contextes** –en déclinant par exemple « Parce qu'ici c'est chez nous » en « Faites comme chez vous » dans les zones touristiques.

Un panel d'outils sur lesquels capitaliser

Cette phase d'expérimentation a abouti à la création d'une **boîte à outils en accès libre**, destinée à toute collectivité souhaitant reproduire la démarche sur son territoire.

Une campagne remarquée et appréciée :

- **66 %** des usagers interrogés ont vu la campagne ;
- **81 %** ont apprécié l'usage d'images locales ;
- Les **vitrophanies et affiches** dans les bus sont les supports les plus remarquables.

L'année 2024 a été l'occasion de valoriser le projet, notamment en le présentant aux rencontres nationales de l'Association des Villes pour la Propreté Urbaine (AVPU) en mai et au congrès Station Verte en octobre.

« PARCE QU'ICI C'EST CHEZ NOUS »

De cette expérimentation est né « **Parce qu'ici, c'est chez nous** », un dispositif de communication adaptable à différents territoires et visant à rendre les gestes propres évidents, naturels et valorisants. L'une des forces du dispositif est sa flexibilité : les messages peuvent être adaptés à tous les lieux et même aux contextes touristiques, devenant par exemple « **Faites comme chez vous** ».



Le dispositif s'articule autour d'un panel d'outils personnalisables disponibles en accès libre :

- **Affiches avec visuels locaux** mettant en valeur les bons comportements (jeter son mégot écrasé, trier ses emballages, garder ses déchets sur soi...)
- **Marquages au sol** (« Vous y êtes presque ») pour guider vers les poubelles
- **Stickers** à apposer sur les poubelles avec des messages simples comme ...[MOU1]
- Vitrophanies pour les vitrines de commerces, de transports, d'établissements publics...
- Mais aussi **affichettes pédagogiques, vidéos infographiques et capsules audio** avec des messages pour contrer les idées reçues.

La Métropole de Lyon a reconduit la campagne à plusieurs reprises (octobre, décembre 2024, puis planifié de le faire en 2025), en reprenant les affiches et les stickers. A l'occasion de ces diffusions en affichage, une série de capsules vidéo a été réalisée pour interroger les Lyonnais sur leur perception des déchets abandonnés, donnant une dimension participative au dispositif.

[En savoir plus sur notre site](#) 



Etude IFOP « La pratique du dépôt sauvage en milieu urbain et péri-urbain »

Menée en 2024 par l'IFOP pour Gestes Propres avec le soutien d'Ecomaison, cette étude avait pour objectif de mieux comprendre le phénomène des dépôts sauvages en milieu urbain et périurbain. Celle-ci s'est déclinée en deux volets complémentaires, quantitatif et qualitatif :

- Le volet quantitatif, réalisé sur un échantillon représentatif de 2 003 personnes issues d'agglomérations de plus de 20 000 habitants, a permis de récolter des données objectives sur le sujet ;
- Le volet qualitatif a été conduit à travers quatre groupes de discussion organisés à Paris, Bordeaux, Rouen et Dijon, offrant ainsi un éclairage sur les motivations et perceptions des individus.

Sont considérés comme “gros déchets” :



Mobilier



Electroménager



Vêtements



Jouets



Matériel électronique



Déchets du bâtiment



Gros cartons



Amas de déchets en tous genres

Cette étude nous a permis d'identifier des leviers d'action pour améliorer la sensibilisation et la gestion des gros déchets :

Contrer certaines idées reçues

- Expliquer qu'abandonner ses déchets encombrants ne relève pas du don, que ce n'est pas une bonne action ;
- Rappeler que la déchèterie est un lieu bien plus approprié pour déposer ses déchets (récupération, réparation, valorisation...) que la rue ;
- Présenter le dépôt sauvage comme une problématique qui concerne tous les espaces : elle n'est pas spécifique aux milieux naturels et est aussi une nuisance en ville.

Créer le réflexe de se renseigner

- Faciliter l'accès aux informations sur les dispositifs de collecte et de valorisation.
- Pour les déchèteries,
 - Assurer la clarté des conditions d'accès.
 - Renseigner en amont sur les déchets pris en charge voire leurs devenir.

Les points clés de l'étude :

-  **1 français sur 4** avoue avoir déjà abandonné un gros déchet dans l'espace public
-  **46 % d'entre eux imaginent « bien faire »**, en pensant qu'il sera récupéré par un tiers
-  **44 %** des répondants déclarent **ne pas connaître les options de collecte** des déchets encombrants proposées par les collectivités
-  **59 %** considèrent qu'un dépôt sauvage aura davantage de répercussions en zone rurale qu'aux abords des villes

[En savoir plus sur notre site](#) 

Ces résultats ont été partagés dans une approche collective avec l'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité, l'Office National des Forêts, Ecomaison, et le Commandement pour l'environnement et la santé (CESAN), pour ensemble définir une feuille de route commune.



Outil de monitoring des facteurs de changement des comportements

Depuis fin 2022, nous travaillons avec une **équipe d'étudiants en psychologie sociale et leurs enseignants chercheurs de l'université Paris Cité**.

Nous avons comme objectif de **créer un outil de monitoring pour mesurer l'évolution de la sensibilité des Français à l'égard des comportements d'abandon des déchets**.

L'intervention de ces experts est particulièrement pertinente car **la psychologie sociale permet de comprendre et d'expliquer les interactions entre l'humain et son environnement** en utilisant des concepts et des théories qui tiennent compte de la compréhension des processus psychologiques et d'une méthodologie scientifique.

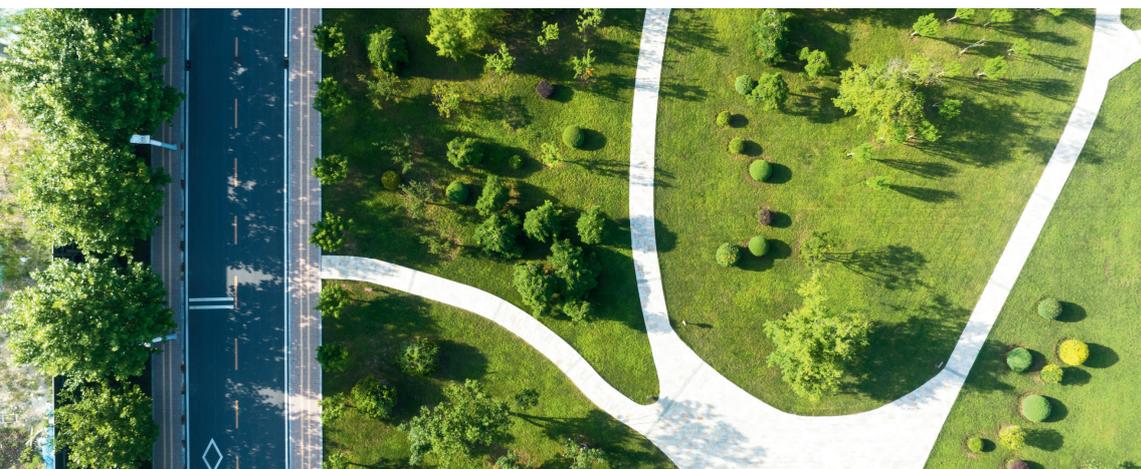
En 2023, l'équipe projet a validé la pertinence d'utiliser la Théorie du Comportement Planifié pour mesurer le comportement d'abandon des déchets dont les indicateurs sont les normes sociales, l'attitude et le contrôle perçu.

En 2024, la nouvelle équipe a eu pour mission de tester des instruments de mesure (échelles psychométriques) pour chaque indicateur destiné à mesurer les prédicteurs de l'intention du comportement en matière d'abandon des déchets.

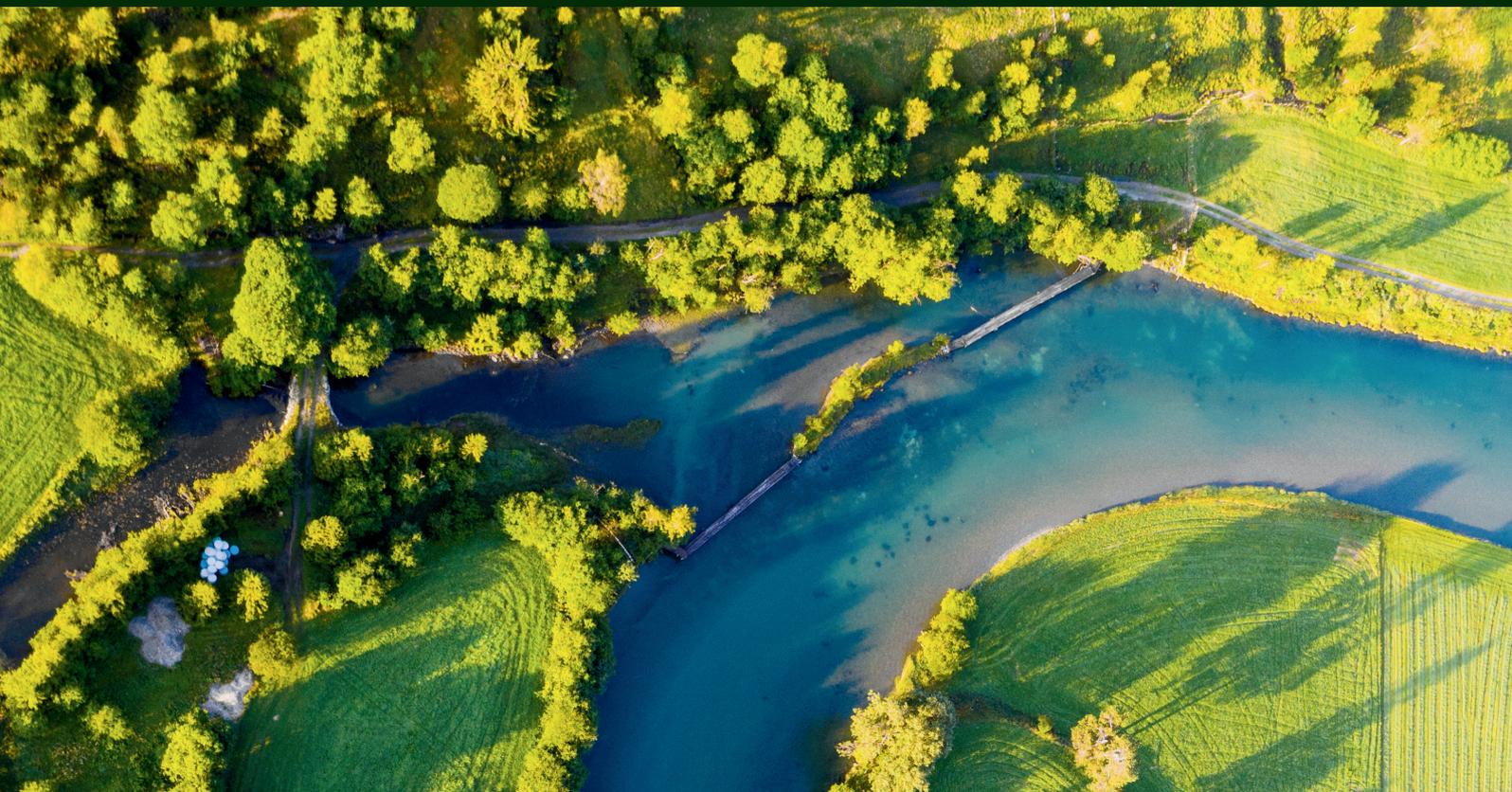
Pour étudier les qualités psychométriques des échelles, un questionnaire en ligne a été diffusé du 22 mars au 26 avril 2024 sur les réseaux sociaux menant au recrutement de 204 répondants.

A ce stade la validation des échelles n'est malheureusement que partielle. Pour finaliser ce projet de recherche très prometteur, il faudrait réajuster le questionnaire sur la base des premiers enseignements, ainsi que recruter un panel de répondants plus diversifiés.

Nous aimerions pouvoir finaliser ce projet et valider cet outil qui présente un potentiel de décryptage des comportements très fin, avec une compréhension précise des facteurs psychosociaux à activer dans nos dispositifs de sensibilisation.

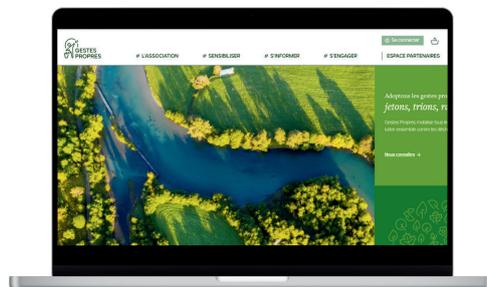


3 PARTAGER



Un nouveau site pour faciliter le partage et la mutualisation

Afin de mieux répondre aux attentes et de renforcer les synergies avec nos partenaires, notre site internet a fait peau neuve. Conçu comme un véritable outil au service de l'engagement collectif, il propose **deux espaces complémentaires**, pensés pour optimiser l'expérience utilisateur tout en facilitant l'accès à nos nombreuses ressources.



Un espace « tout public » pour sensibiliser, informer et mobiliser

Accessible à tous, cet espace rassemble l'ensemble de nos outils de sensibilisation contre les déchets abandonnés. Vous y retrouverez :

- Nos études et publications ;
- Nos programmes de protection des espaces naturels ;
- Nos expérimentations de terrain ;
- Une large gamme de supports pédagogiques ;
- Nos campagnes de communication.

Dans un souci d'intérêt général, l'ensemble de ces contenus est mis à disposition en accès libre, permettant à chacun de s'en emparer pour les diffuser et amplifier leur impact.

Un espace pour faciliter les démarches partenaires

Dédié aux acteurs engagés à nos côtés – collectivités, ports, associations, entreprises, etc. – cet espace personnel simplifie toutes les démarches :

- Commande de matériel de sensibilisation (sacs, collecteurs, cendriers de poche, panneaux...);
- Suivi des devis et des commandes en ligne ;
- Inscription et participation aux programmes « Je navigue, je trie » et « Gardez et triez vos déchets » ;
- Téléchargement des kits de communication ;
- Organisation facilitée d'actions de terrain comme les ramassages de déchets.

[Découvrez notre nouveau site](#) ✨

[Créez votre compte partenaire dès maintenant](#) ✨

Nettoyages et opérations partenaires

LE NETTOYAGE DU TREK DE L'EVEREST PAR BREFFNI BOLZE



Après avoir hissé les couleurs de Gestes Propres sur les pentes du Mont Elbrouz et du Mustagh Ata, notre ambassadeur **Breffni Bolze a cette fois-ci porté notre engagement environnemental jusqu'au toit du monde : le mont Everest.**



Du 27 avril au 26 mai 2024, il a participé à l'opération **"Nettoyage Everest 2024"**, aux côtés d'un collectif d'acteurs engagés, dont la guide de haute montagne Marion Chayneaud-Dupuy, et les associations Mountain Wilderness France et Tri-Haut pour l'Everest. **Objectif : nettoyer le trek menant à l'Everest et à l'Ama Dablam**, des itinéraires très fréquentés où s'accumulent chaque année plusieurs tonnes de déchets.

Partenaire de l'expédition, **Gestes Propres a fourni 600 sacs de collecte** pour permettre aux équipes de ramasser les déchets et de les transporter vers le futur centre de tri en construction par l'association Tri Haut pour l'Everest, en partenariat avec le SPCC (Sagarmatha Pollution Control Committee), l'organisme local chargé de la gestion des déchets dans la région.

Grâce à cette mobilisation, **entre 800 et 1000 kilos de déchets ont été collectés**, contribuant à la préservation d'un écosystème particulièrement fragile.

Le 14 novembre, une soirée de restitution organisée au Climb Up d'Aubervilliers a permis de revenir sur cette aventure hors du commun par la projection d'un documentaire inspirant, réunissant partenaires et soutiens de l'expédition.

UN CLEANUP OSE X GESTES PROPRES

En novembre, l'équipe de Gestes Propres s'est joint à celle de l'association Organe de sauvetage écologique (OSE), lors d'un cleanup dans le parc de Noisiel à l'Est de Paris. En quelques heures seulement, ce sont des tonnes de déchets qui ont été ramassés. Des chiffres qui montrent les défis à relever mais aussi et l'efficacité des actions collectives.



SOUTIENS À DES INITIATIVES

Tout au long de l'année, Gestes Propres a soutenu des opérations de cleanup en mettant à disposition des outils de sensibilisation ainsi que des sacs de collectes à : l'association Grand Bleu à Marseille, la Mairie de Taninges pour les déchets en montagne, Calanques propres de MerTerre à Marseille.

Les temps forts de l'année

JURY PAVILLON BLEU



PAVILLON BLEU

En janvier, la déléguée générale de Gestes Propres, Aude Guiomar, a participé au jury. Réuni pour examiner les candidatures des plages et ports de plaisance en France, le jury composé d'expert-es et de partenaires du tourisme durable, a évalué les sites selon des critères stricts : gestion de l'eau, préservation des écosystèmes, éducation à l'environnement et qualité de l'eau de baignade.

LES RENCONTRES DE L'AVPU



En mai, Gestes Propres a été conviée aux rencontres de l'Association des Villes pour la Propreté Urbaine (AVPU) à Lyon, l'occasion d'y présenter l'association, ses actions, et notamment ses campagnes de sensibilisation et outils pédagogiques.

JOURNÉE NATIONALE DE LA CITOYENNETÉ ET DE LA FRATERNITÉ



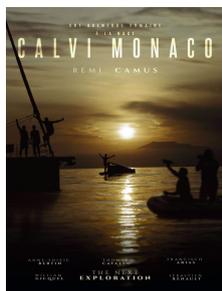
Ce temps fort a vocation à (re)créer du lien autour de projets d'intérêt général. En tant que partenaire de cet événement fédérateur, Gestes propres s'est impliqué en mai dernier en mettant à disposition des activités clés en main autour des déchets abandonnés et en relayant l'évènement via son réseau pour contribuer à sa visibilité.

PRINTEMPS DES TRANSITIONS DE SCEAUX



La ville de Sceaux a célébré le Printemps des transitions du 31 mai au 1^{er} juin 2024 pour réunir le grand public autour d'un événement familial traitant des grands sujets environnementaux et sociaux de notre époque. Gestes Propres a tenu un stand, qui a permis de sensibiliser écoliers et familles à l'impact des déchets abandonnés.

PROJECTION DU FILM « CALVI-MONACO »



En juin a eu lieu la projection au cinéma de « Calvi Monaco », le récit de l'exploit de notre ambassadeur Rémi Camus : 180km à la nage en 14 jours, de Calvi à Monaco pour sensibiliser à la préservation de la mer Méditerranée. L'occasion pour lui de nous présenter son livre, Aventurier de la vie – Les Tribulations d'un explorateur français, où il partage ses expériences d'aventurier et les valeurs de dépassement de soi, d'engagement et de respect qu'il porte à travers ses exploits.

TOUR DE FRANCE



2024 marquait la 18^{ème} année de collaboration entre Gestes Propres et A.S.O. pour le Tour de France. Pour cette édition, ce sont 66 200 Sacs poubelles, 1 512 Cendriers de poche et 500 Petits Bags (poubelles voiture) Gestes Propres « C'est mon Tour, j'agis ! » qui ont été distribués.

ESTIVALE DE VOLLEY DES CÔTES D'ARMOR



En juillet, environ les spectateurs des Estivales de Volley ont été sensibilisés et incités à bien jeter par les 800 sacs Gestes Propres fixés aux poteaux de chaque filet et installés dans les villages et sur les plages. La campagne « La sirène » a aussi occupé l'espace, projetée sur grand écran.

PARTENARIAT GESTES PROPRES X ANETT X LUMIPLAN



Après une rencontre au congrès de l'ANETT, Gestes Propres et Lumiplan se sont associés pour déployer une campagne nationale de sensibilisation contre les déchets abandonnés dès cet hiver. Des messages de sensibilisation ont été spécialement conçus pour s'adapter aux besoins des différents territoires : montagnes, littoraux, espaces urbains ou ruraux. Initialement conçus dans le cadre de ce partenariat, l'accès à ces outils digitaux de sensibilisation a été ouvert dans la continuité de notre programme « Gardez et triez vos déchets ».

Retrouvez le catalogue des contenus digitaux 

LES 20 ANS DE PAISAJE LIMPIO



A l'occasion de l'anniversaire de l'association Paisaje Limpio (paysage propre) porté par Maria Carbrera, Gestes Propres s'est rendu en Espagne pour célébrer ce temps fort et notamment participer à un cleanup organisé pour l'évènement. Cette collecte a été effectuée dans une démarche de science participative en caractérisant les déchets ramassés. Au total, plus de 2 300 déchets ont été collectés en seulement quelques heures. A l'occasion des célébrations, Paisaje Limpio a remis des prix à ses partenaires, notamment au Clean Europe Network dont Gestes Propres est membre co-fondateur.

LES 10 ANS DE OLD NORGE RENT



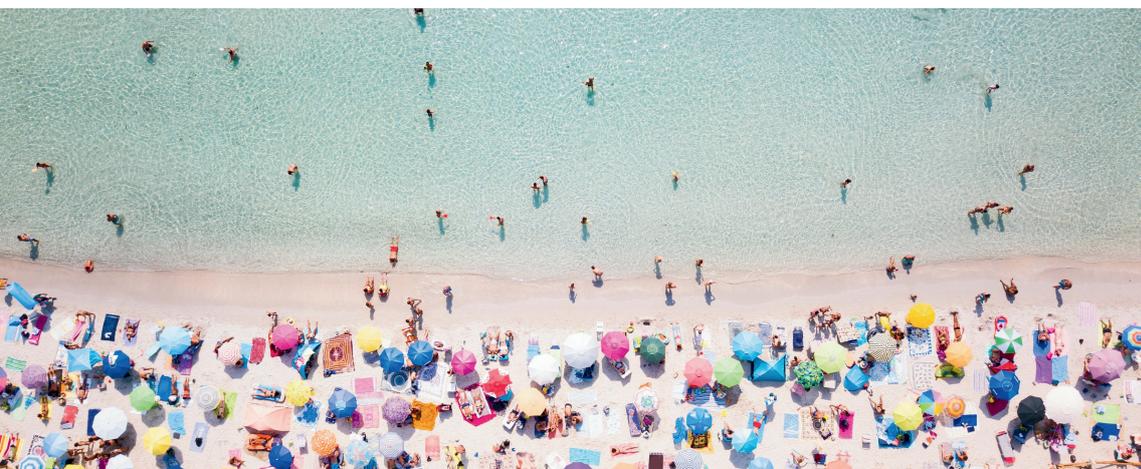
Pour l'anniversaire de Hold Norge Rent, association norvégienne, Gestes Propres s'est rendu à Oslo pour assister à un workshop animé par Mari Mo sur la thématique "Design against littering" (design contre les déchets). L'occasion de partager des idées, de découvrir des initiatives et de s'inspirer les uns et les autres.

LA FRESQUE DU PLASTIQUE



En décembre dernier, l'équipe Gestes Propres a pris part à une Fresque du Plastique, un atelier collaboratif mêlant science, pédagogie et sensibilisation. Animé par Sylvaine Audrain et Jean-Marc Bouillon – également membre de l'association Ludovic Objectif Planète Propre fondée par notre ambassadeur Ludovic Franceschet – cet atelier a offert un temps fort de réflexion collective.

À travers une approche pédagogique, la fresque a permis de mieux appréhender le cycle de vie des plastiques : de leur production à leur fin de vie, en passant par le recyclage, le réemploi ou encore les limites.



Nos outils de sensibilisation en accès libre

« LES SIX PETITS DÉCHETS ABANDONNÉS »



« Il était une fois » ... un conte captivant qui suit les aventures de 6 déchets injustement abandonnés. À travers des personnages amusants, ce récit rappelle les gestes propres de manière divertissante et engageante. Conçu pour tous les âges, il offre une double lecture pour s'adresser à la fois aux jeunes et aux plus grands.

COLORIAGE « DE LA TERRE VERS LA MER »



Tous à vos crayons ! Avec ce coloriage pédagogique, les enfants comprendront le long parcours que font les déchets abandonnés à terre jusqu'aux mers et océans. En coloriant, ils pourront mesurer l'importance de chaque geste pour protéger l'environnement et ne pas faire de leurs déchets, des déchets marins.

L'ATELIER JUNIOR (6-12 ANS)



Cet outil clé en main, soutenu par l'Association des Maires de France et des Présidents d'Intercommunalité, sensibilise les enfants aux conséquences des gestes incivils et à l'importance des gestes propres qui respectent notre environnement terrestre et marin. Il inclut un guide d'animation pour l'animateur, 8 fiches pédagogiques support, une vidéo et un diplôme pour les enfants.

LIVRET JUNIOR « POUR LA BEAUTÉ DU GESTE »



Conçu dans le cadre de la campagne « Pour la beauté du geste », ce livret pédagogique de 4 pages propose plusieurs activités ludiques pensées sous un angle sportif, qui peuvent être réalisées par l'enfant en totale autonomie.

Retrouvez tous nos outils pédagogiques sur notre site 

Un dispositif de collecte et de tri largement déployé

En complément de ses actions de sensibilisation, Gestes Propres propose à 1 000 collectivités territoriales des dispositifs de collecte (sacs et collecteurs) pour faciliter les gestes propres sur le terrain.

A noter qu'une attention particulière est portée à la qualité des sacs qui sont ainsi produits en France, écoconçus, imprimés à l'encre à l'eau, composés à 100 % de matière recyclée (issue de la collecte des ménages) et entièrement recyclables.

En 2024, les collectivités et manifestations partenaires ont utilisé 1 740 460 sacs Gestes Propres, représentant environ 17 000 tonnes de déchets collectés qui n'auront pas pollué notre environnement.

- 1 512 600 sacs ont été vendus aux collectivités locales, dont 1 323 800 pour les ordures ménagères et 188 800 pour le tri,
- 227 860 sacs ont été utilisés dans les manifestations et nettoyages partenaires, dont 113 740 pour les ordures ménagères et 114 120 sacs de tri.

38 nouveaux collecteurs ont aussi été installés en 2024 :

- 24 simples collecteurs, dont 10 pour les ordures ménagères et 4 pour le tri ;
- 14 doubles collecteurs (ordures ménagères + tri).



ANNEXES



Annexe 1 :

Etat financier de l'exercice 2024

Les produits d'exploitation s'élèvent à **979 248 €** et ont baissé au regard de l'exercice 2023 où ils s'élevaient à 1 053 234€. Mais l'année 2023 avait été exceptionnelle, avec des soutiens complémentaires pour l'expérimentation MODA, l'impression de la campagne d'affichage « Petits déchets – gros impacts » et la sponsorship de la campagne digitale « Prooopre » ; auxquels s'ajoutaient des fonds dédiés importants pour des missions qui n'avaient pas pu être réalisées en 2022.

Les soutiens financiers des membres et partenaires via les cotisations et subventions sont donc inférieurs à ceux de 2023 de 142 162€ malgré l'adhésion d'un nouveau membre et des soutiens supplémentaires facilités par le changement de régime de l'association qui a été reconnu d'intérêt général, et qui est ainsi passé au 1^{er} juin 2024 au régime fiscal du mécénat.

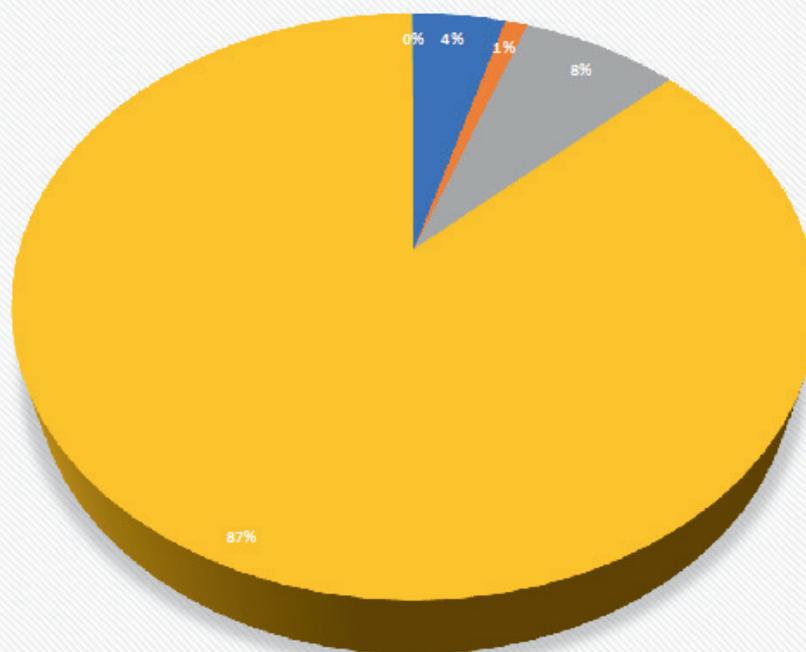
Les charges d'exploitation sont de **967 766 €** en 2024 (soit près de -8% vs. 2023). Cette baisse s'explique en partie par une baisse des charges relatives à l'expérimentation « Mission bus 0 déchet abandonné » dont le dispositif de sensibilisation déployé sur le terrain a pris fin en décembre 2023, et au fait qu'en 2023 les frais de fonctionnements étaient plus élevés avec l'organisation d'un évènement exceptionnel, à savoir les 50 ans de l'association.

A l'inverse les charges d'exploitation relatives aux campagnes de sensibilisation ont été supérieures en 2024, avec le dispositif de sensibilisation « Pour la beauté du geste » d'une ampleur inédite (affichage, digital, radio, terrain) imaginé à l'occasion des JOP2024, ainsi que trois autres campagnes « actives » tout au long de l'année : « Petits déchets – Gros impacts » en affichage, « Prooopre » en digital, « Le mégot des villes et ses compagnons de voyage » en TV. En plus de cette forte activité, le passage en régime fiscal mécénat ne permet plus à l'association de déduire la TVA de ses achats, ce qui a aussi eu un impact sur les charges d'exploitation après le 1^{er} juin 2024 (TTC vs. HT, soit +20%), et qui sera aussi à prendre en compte en 2025. Par ailleurs, la masse salariale était elle aussi supérieure avec l'équivalent de 5 personnes à temps plein (entre le départ de Carole et l'arrivée de Manon, l'alternante et les stagiaires).

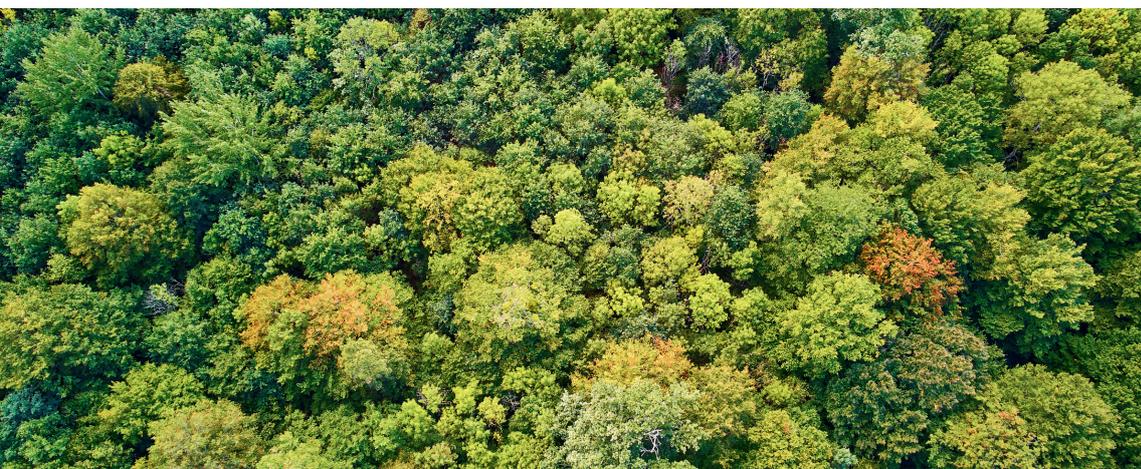
L'exercice 2024 s'est conclu par un résultat positif de 14 046 €. Étant bénéficiaire, il a été jugé opportun de provisionner les indemnités de fin de carrière pour les salariés dont l'ancienneté est supérieure à 10 ans. La situation de trésorerie (disponibilités et valeurs mobilières de placement) est de 172 646 € au 31 décembre 2024 (soit -9% vs. 2023).

Il faut noter une nouvelle fois, une très bonne année en termes de mise à disposition des espaces média, avec une diversité intéressante de canaux de diffusions : afficheurs, TV, radio et presse.

Répartition des ressources matérielles et financières 2024



■ Cotisations membres ■ Subventions publiques ■ Soutiens spécifiques, conventions ■ Mise à disposition (espaces média et dons en nature) ■ Heures de bénévolat



Annexe 2 : Un réseau multi-acteurs

NOS MEMBRES

Des institutionnels, gestionnaires d'espaces naturels, éco-organismes, entreprises et organisations professionnelles :



LES PARTENAIRES À NOS CÔTÉS :

- Le Ministère de la transition écologique et de la Cohésion des Territoires ;
- Les associations d'élus comme APVF, ANMSN, ANETT, ACCD'OM ;
- Les fédérations ou les labels comme Famille Plus, Clef verte, Pavillon bleu, Station verte ;
- Les associations environnementales comme France Nature Environnement, Teragir, Mer Terre, VVP Occitanie, Association TEO La Rochelle, Knet partage, N'PY, Mountain Wilderness, Agir Gironde Cance... ;
- Les institutions comme l'Ifremer, l'agence régionale de la biodiversité et de l'environnement région Sud ;
- Les collectifs comme Comité 21, le Clean Europe Network ;
- Les gestionnaires d'espaces naturels comme les Parcs naturels de France, Voies Navigables de France ;
- Les fédérations sportives comme FF Vélo, Syndicat national moniteurs de ski Français ;
- Les associations de clean up comme World Clean Up Day, Organe de Sauvetage Ecologique, Racines profondes, Grand Bleu, Objectif Planète Propre ;
- Les grands évènements sportifs et culturels comme le Festival d'Avignon, Tour de France, Estivales volley ;
- Les médias comme l'Union de la publicité extérieure, Afficion, Affiouest, Aloes Red, ANP, Clear Channel, Girod Médias, JC Decaux, Lavaurs, Lioté, Médiagares, Médiatransports, Phenix, Sitour, France Télévisions, le groupe Canal +, NRJ ;
- Les associations de ports APPA et UVPO ;
- ...

NOS AMBASSADEURS :



Ludovic Franceschet
Eboueur & Influenceur



Rémi Camus
Aventurier



Breffni Bolze
Alpiniste & ingénieur



Pierrick Ledard
Gestionnaire de port &
champion d'aviron de mer



François Galgani
Océanographe



Jean-Louis Etienne
Explorateur



Catherine Chaubaud
Navigatrice &
Députée européenne



Jean-Michel Cousteau
Explorateur



Président :

Jean-François Molle

Équipe 2024 :

Aude Guiomar / Déléguée Générale

Élodie Clady / Assistante de direction et Responsable des programmes

Lucas Defaut / Chef de Projet et Responsable des expérimentations

Manon Perramond / Responsable de la communication

Jade Pontié / Alternante en communication

Délégués Régionaux bénévoles :

Georges Bassin

Jean-Michel Bourreau



Association Loi 1901

28, boulevard Poissonnière - Paris 75009

Tél. 01 44 51 05 04 - Fax. 01 44 51 09 99

www.gestespropres.com

 [gestespropres](https://www.facebook.com/gestespropres)

 [gestes_propres](https://www.instagram.com/gestes_propres)

 [Gestes Propres](https://www.linkedin.com/company/Gestes Propres)