

# Les Bonnes Pratiques de vos actions de communication

À destination des Collectivités  
locales conventionnées Refashion



# Le catalogue d'actions de communication

Les collectivités locales ont un rôle majeur à jouer au sein de la filière textile et chaussures. D'une part, vous contribuez à assurer qu'il existe un maillage de collecte suffisant; d'autre part vous facilitez l'adoption des bons gestes de tri, en diffusant les messages clés de la filière.

Le catalogue d'actions s'adresse aux collectivités locales conventionnées Refashion.

Il s'agit d'un **dispositif soutenant financièrement** les actions de communication qui contribuent à :

- La **sensibilisation** des citoyens à l'impact de la filière textile, linge de maison et chaussures
- La **diffusion** des messages clés de Refashion
- L'**augmentation** du taux de collecte

Le **barème** de soutien est calculé en fonction de la population de la collectivité, définies 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.

## Les actions de communication soutenues dans le cadre du catalogue d'actions :

### Barème unitaire par action

Taille de la collectivité locale	1. Collecte événementielle	2. Cible jeunesse	3. Sensibilisation des citoyens	4. Achat d'espaces publicitaires			5. Communication digitale
				PQR*	Radio locale	Affichage	
TLC 1	3 000 €	300 €	300 €	3 000 €	3 000 €	3 000 €	1 000 €
TLC 2	2 000 €	300 €	300 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	1 000 €
TLC 3	1 500 €	300 €	300 €	1 500 €	1 500 €	1 500 €	1 000 €
TLC 4	1 000 €	300 €	300 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €
<b>Bonus collecte</b>		50 €	50 €	Soutien de 70 % dans la limite des plafonds unitaires			

### Nombre maximum d'actions soutenues par an

Taille de la collectivité locale	1. Collecte événementielle	2. Cible jeunesse	3. Sensibilisation des citoyens	4. Achat d'espaces publicitaires			5. Communication digitale
				PQR*	Radio locale	Affichage	
TLC 1	6	80 groupes/an	50 groupes/an				
TLC 2	6	50 groupes/an	40 groupes/an	2 campagne	1 campagne	1 campagne	1 campagne = 12 publications/an
TLC 3	4	30 groupes/an	30 groupes/an				
TLC 4	4	20 groupes/an	20 groupes/an				

\* Presse Quotidienne Régionale

# Les conditions d'éligibilité et soutiens Refashion

## Comment bénéficier des soutiens Refashion ?

Refashion accompagne les collectivités locales dans leurs actions de sensibilisation sur l'économie circulaire des textiles, linge de maison et chaussures (TLC). Pour accéder aux soutiens financiers du catalogue d'actions de communication, vous devez remplir trois conditions :

**1.**

### Signer la convention collectivité

Sa signature est indispensable pour bénéficier des soutiens. La convention est disponible auprès de Refashion après mise en relation via Territeo. Une fois signée, vous pourrez déclarer vos actions sur l'extranet Refashion.

**2.**

### Mettre à jour le socle d'éligibilité

Intégrez les 5 messages clés de la filière sur vos supports pérennes (site internet ou guide du tri).

Cette mise à jour vous permet de recevoir un soutien annuel de 1000 €.

**3.**

### Diffuser 2 messages clés

À partir de 2025, 2 messages clés doivent obligatoirement figurer dans les actions de communication :

- Consignes de tri :

« Tous les vêtements, linge de maison et chaussures se trient, même abîmés. Ils doivent être placés, propres et secs, dans un sac fermé et les chaussures liées par paire. »

- Localisation des points d'apport:

Ajoutez le lien vers la carte nationale : [refashion.fr/citoyen/fr/point-dapport](https://refashion.fr/citoyen/fr/point-dapport).

**NOUVEAU**

### À noter :

À partir de 2025, le process de déclaration évolue : la demande préalable est supprimée, et seule une déclaration post-action est nécessaire. Rendez-vous sur votre espace extranet pour déclarer vos actions, et bénéficier des soutiens de Refashion !



**1**

Conventionnement



**2**

Socle d'éligibilité



**3**

Réalisations des actions



**4**

Déclaration des actions



**5**

Validation par Refashion



**6**

Téléchargement du pro forma



**7**

Réception et envoi du titre de recette

# 1. 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. 3.

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 évènement (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 Animation de sensibilisation en marge d'une collecte événementielle**

## Les Bonnes Pratiques

**Exemples de collectes événementielles soutenues :**

✔ **Collectes éphémères organisées sur un espace public** (marché, mairie...)

✔ **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



## 2. La cible jeunesse



**Soutien financier**  
de 300 € pour  
toutes les  
collectivités.

Cf. tableau p. 3.

Les actions de sensibilisation jeunesse sont déployées dans les écoles, les temps périscolaires et dans les centres de loisir.

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



**Exemple**  
**La méthode BISOV**  
Support diffusé lors  
des animations  
scolaires, Syndicat  
Mixte Bil Ta Garbi

## 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 parties...

✓ **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 soutenus. 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)

# 3. La sensibilisation des citoyens



**Soutien financier** de 300 € pour toutes les collectivités.

Cf. tableau p. 3.

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 Action de sensibilisation

Défilé de mode de seconde main, Festival « Refile ton style », Saint Briec Armor Agglomération

## 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 parties...

✔ **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

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

# 4. 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. 3.

Refashion soutient l'achat d'espaces publicitaires qui visent à sensibiliser les citoyens au geste de tri, et 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 !

## 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 publiés sur des magazines de la collectivité
- ✗ Absence de factures
- ✗ Interview radio
- ✗ Messages clés non communiqués



**Exemple**  
**Campagne de Noël**  
Intégration d'une campagne textile diffusé dans La Dépêche, COVALDEM 11

➔ Les messages clés doivent être communiqués

# 5. Communication digitale



**Soutien financier**  
de 1000 €  
pour toutes les  
collectivités.

Cf. tableau p. 3.

La communication digitale est **un outil privilégié** des collectivités, permettant de **relayer les évènements 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 Tik Tok.

## 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 évènement 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

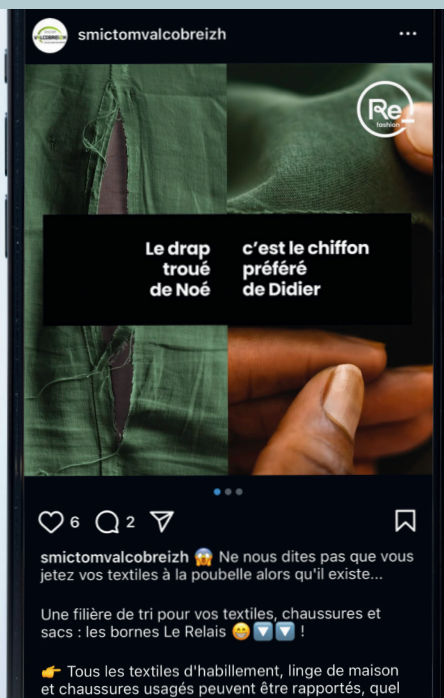
✘ Messages clés non communiqués

➡ 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)



**Exemple Post sur les Réseaux sociaux**  
Communication digitale sur Instagram, SMICTOM VALCOBREIZH





Pour tout renseignement,  
contactez-nous à l'adresse suivante :  
**[j.bourdon@refashion.fr](mailto:j.bourdon@refashion.fr)**