

LE DÉFI: RÉDUIRE LES DÉCHETS DE  
LA CONSTRUCTION RÉSIDENIELLE

CMHC/SCHL

**L E D É F I :**  
**RÉDUIRE LES DÉCHETS**  
**DE LA CONSTRUCTION RÉSIDENIELLE**

**RAPPORT FINAL**

**le 31 mars 1992**

The Energy  
ETA Technology  
Access Group Inc.

## TABLE DES MATIÈRES

Résumé	I
Introduction	1
Méthodologie et approche	2
Le séminaire	2
La présentation	2
Le défi	3
La promotion	3
L'inscription	3
Application du programme	4
Sélection des animateurs	4
Formation des animateurs	5
Documentation	5
Programme promotionnel	6
Résultats	8
Conclusions et recommandations	12
Mesures entreprises	13
Préoccupations exprimées	14
Synthèse	14
Recommandations	15
Annexe A	Guide de l'animateur
Annexe B	Répertoire d'adresses pour chaque ville
Annexe C	Manuel «Faire un rien d'une montagne»
Annexe D	Plan de gestion des déchets

Annexe E	Trousse de mise en oeuvre <ul style="list-style-type: none"> <li>o Promotion du séminaire</li> <li>o Collaboration avec la SCHL</li> <li>o Responsabilités concernant le séminaire</li> <li>o Formules de présence</li> <li>o Collaboration avec les médias</li> </ul>
Annexe F	Document d'information à l'intention du personnel de la SCHL
Annexe G	Trousse documentaire du participant <ul style="list-style-type: none"> <li>o Message d'intérêt public</li> <li>o Panneau de chantier</li> <li>o Guide des médias</li> <li>o Communiqué</li> <li>o Échantillon de flan publicitaire</li> <li>o Article de journal</li> <li>o Formulaire pour rapport final</li> </ul>
Annexe H	Échantillon de rapport d'inscription
Annexe I	Inscriptions au séminaire classées par villes
Annexe J	Participants au séminaire classés par villes
Annexe K	Défis classés par villes
Annexe L	Rapports finals classés par villes
Annexe M	Rapports finals des animateurs
Annexe N	Rapports finals des participants
Annexe O	Annonces de reconnaissance classées par villes où le séminaire a eu lieu
Annexe P	Communiqués
Annexe Q	Affiches et brochures

## Résumé

Le défi de la gestion des déchets de la construction résidentielle est une initiative de la SCHL qui incite les constructeurs d'habitations et les entrepreneurs de rénovation à mettre en pratique les trois «R» de la gestion des déchets, soit la réduction, la réutilisation et le recyclage.

Cette initiative a suscité de la part des entrepreneurs et du public un vif intérêt qui a nécessité l'apport de ressources documentaires, techniques et humaines bien après la fin de la première série de séminaires. Le service téléphonique sans frais continue même de recevoir des appels et de fournir de l'information sur le programme.

Ce projet a pour objectif fondamental d'inciter les constructeurs et les rénovateurs, au moyen d'un programme promotionnel, à assister à un séminaire destiné à leur transmettre tous les renseignements utiles concernant le défi. Les entrepreneurs qui l'ont relevé doivent être honorés d'une façon particulière dans les médias locaux et leurs trouvailles diffusées au sein de l'industrie de la construction.

Les séminaires sont présentés par une équipe d'animateurs tous choisis pour leurs compétences techniques, leur expérience en animation et leurs connaissances fondamentales du secteur où ils doivent avoir lieu.

Le défi vise essentiellement à demander aux participants d'exploiter certaines techniques de gestion des déchets enseignées lors du séminaire. Chaque participant qui a pris part au défi et rempli le rapport final décrivant sa réalisation doit être honoré par la parution dans un journal local d'une annonce mentionnant sa participation aux activités de gestion des déchets.

Fait vraiment particulier, les animateurs ont intérêt à s'assurer que les participants assistent aux séminaires en grand nombre. En effet, les animateurs ont droit à une remise calculée d'après le nombre de participants excédant 18. Cette mesure incitative tend à motiver les animateurs à promouvoir les séminaires le mieux possible.

Une ligne téléphonique sans frais a été mise en service pour permettre l'inscription centralisée des participants et fournir aux personnes intéressées des renseignements à propos du défi ou de l'initiative en général. Toutes les brochures et autres outils promotionnels mentionnent le numéro de téléphone et encouragent les gens à le composer.

Tous nos animateurs, sauf celui de la Nouvelle-Écosse, se sont très bien acquittés de leurs responsabilités dans la promotion et la présentation des séminaires. En Ontario, des difficultés administratives ont réduit le nombre de participants potentiels, sans toutefois nuire à la qualité des séminaires.

Une trousse documentaire détaillée, appelée Guide de mise en oeuvre, a été produite et expliquée à l'équipe d'animateurs pour les préparer en vue de ce séminaire. Cette trousse renferme tous les documents et formules servant à l'initiative et indique clairement de quelle façon la faire connaître, la diriger et la documenter. Une séance de formation a été menée avec chacune des équipes d'animateurs et des discussions de suivi ont permis aux équipes d'étudier le processus et d'en examiner les conséquences pour leur région.

Documentation en français -- Tous les documents requis ont été traduits en français et, dans la plupart des cas, le matériel publicitaire et promotionnel a été réalisé en version bilingue, à l'instar des brochures, affiches, panneaux de chantier, annonces à l'échelle nationale et locale.

Le programme promotionnel a été préparé suivant une stratégie élaborée dans le but d'atteindre les objectifs explicites du programme tout en s'assurant d'un bon taux de participation aux séminaires. En outre, chacun des animateurs a reçu une formation sur l'organisation d'un programme de télémarketing. Le programme a été annoncé d'un bout à l'autre du Canada grâce à des magazines comme Home Builder et Alumni News ainsi qu'à des allocutions prononcées aux réunions nationales de l'Association canadienne des constructeurs d'habitations.

En consultant les rapports d'inscription et de participation, vous constaterez que le nombre de personnes qui se sont inscrites au séminaire a comblé les attentes. Dans certaines régions où la participation aurait dû être élevée (Toronto), on a observé une tendance tout à fait contraire. Par ailleurs, dans certaines régions où l'on s'attendait à un nombre restreint de participants (Prairies, T.-N.), c'est là aussi le contraire qui s'est produit.

En tout et partout, le nombre total de séminaires proposés et le nombre total de participants attendus ont été dépassés pendant la durée de l'initiative.

L'initiative a joui d'une très grande popularité auprès des gens de l'industrie et du public. Très peu de secteurs de l'industrie de la construction n'ont pas entendu parler de l'initiative et du parrainage de la SCHL. La ligne téléphonique sans frais a donné lieu à un flot continu de demandes de renseignements provenant du public, de la SCHL et, bien sûr, de l'industrie. Parmi les aspects intéressants de cette opération, notons l'engouement qu'il a suscité chez les entrepreneurs qui avaient des produits recyclés à vendre ou qui désiraient mettre sur pied des programmes de recyclage.

Les rapports finals remis par les entrepreneurs qui ont relevé le défi brossent un tableau intéressant de la situation en matière de gestion des déchets de la construction résidentielle ainsi que du succès du programme. Ainsi :

- o Plus de 60 p. 100 des participants ont élaboré un plan de gestion des déchets;
- o 56 p. 100 ont modifié les plans de bâtiments pour les rendre plus efficaces;
- o 78 p. 100 ont amélioré leurs méthodes d'entreposage des matériaux;
- o 89 p. 100 ont amélioré leurs méthodes d'approvisionnement en matériaux;
- o 90 p. 100 ont trouvé des moyens de réutiliser les matériaux excédentaires dans d'autres parties des chantiers;
- o 60 p. 100 estiment que la gestion des déchets de construction augmentera leurs coûts à court terme;
- o 100 p. 100 estiment que la gestion des déchets de construction leur fera réaliser des économies à long terme;
- o 64 p. 100 croient qu'il n'existe pas suffisamment d'entreprises de recyclage pouvant traiter adéquatement leurs déchets de construction.

#### **Recommandations**

Questionnés à ce sujet au début de 1992, les animateurs ont formulé les recommandations qui suivent :

- o Concevoir un séminaire détaillé pour chaque produit utilisé durant la construction pour expliquer comment en réduire la quantité, le réutiliser ou le recycler;
- o Publier un catalogue de produits de construction fabriqués partiellement ou entièrement de matières recyclées;
- o Mettre en oeuvre une campagne promotionnelle de concert avec la SCHL, le Conseil des fabricants et les sections locales de l'ACCH visant à encourager l'emploi de matériaux de construction qui renferment un pourcentage élevé de matières recyclées;
- o Avoir recours au Programme des prix d'innovation sur les chantiers en vue de mettre en évidence les bonnes méthodes de gestion des déchets utilisées par les entreprises de construction;
- o Offrir une seconde série de séminaires, car beaucoup de membres de l'industrie de la construction sont davantage sensibilisés et désireux d'apprendre;
- o Inclure la gestion des déchets dans tous les programmes de formation provinciaux et nationaux qui s'adressent à l'industrie de la construction.

## INTRODUCTION

Le défi de la gestion des déchets de la construction résidentielle est une initiative de la SCHL qui incite les constructeurs d'habitations et les entrepreneurs de rénovation à mettre en pratique les trois «R» de la gestion des déchets, soit la réduction, la réutilisation et le recyclage. Des efforts considérables ont été faits pour le faire connaître au sein de l'industrie de la construction et pour sensibiliser le public, tout comme l'industrie, aux questions environnementales et à la participation de la SCHL dans ce secteur. Ce projet avait pour but de :

1. conscientiser le public et l'industrie au sujet de l'engagement du gouvernement fédéral à l'égard de la qualité de l'environnement et montrer qu'il contribue à la réduction des déchets de construction par l'entremise de la SCHL, son agence de l'habitation;
2. promouvoir les concepts de la réduction, de la réutilisation et du recyclage et inciter l'industrie de la construction à relever le défi de la réduction des déchets;
3. transmettre les connaissances en matière de conception et de technologie acquises grâce à des initiatives de démonstration comme celle-ci aux membres de l'industrie de la construction les mieux placés pour utiliser ce savoir-faire;
4. montrer que la SCHL est un chef de file, un catalyseur et un partenaire qui cherche à régler les problèmes environnementaux liés à l'industrie de la construction.

L'épuisement des décharges pose un épineux problème dans bien des régions du pays. Pourtant, la gestion des déchets ne figure pas encore au premier plan dans toutes les régions. Généralement, les gens ne se préoccupent des problèmes que lorsqu'ils sont directement touchés. Ainsi, en attirant l'attention sur les problèmes de gestion des déchets qu'éprouvent la plupart des entreprises de construction (augmentation des coûts, interdictions de déverser des déchets et dispositions législatives), cette initiative a contribué à sensibiliser les constructeurs et les rénovateurs en leur procurant des renseignements précis et des plans d'action.

Cette initiative a suscité de la part des entrepreneurs et du public un vif intérêt qui a nécessité l'apport de ressources documentaires, techniques et humaines bien après la fin de la première série de séminaires. Le service téléphonique sans frais continue même de recevoir des appels et de fournir de l'information au sujet de ce programme.



## **MÉTHODOLOGIE ET APPROCHE**

### **Le séminaire**

Ce projet a pour objectif fondamental d'inciter les constructeurs et les rénovateurs, au moyen d'un programme promotionnel, à assister à un séminaire destiné à leur transmettre tous les renseignements utiles concernant le défi. Les entrepreneurs qui l'ont relevé doivent être honorés d'une façon particulière dans les médias locaux et leurs trouvailles diffusées au sein de l'industrie de la construction.

Le séminaire est conçu pour sensibiliser les participants à l'imminence de la crise des décharges et à la quantité importante de déchets qui s'y retrouvent. Le séminaire propose aussi des mesures précises et pratiques pour réduire la quantité nette de déchets produits par la construction ou la démolition et explique la contribution des entreprises de recyclage au plan de gestion des déchets.

Les participants retirent beaucoup du séminaire. Outre l'information fournie par l'animateur, les participants apprennent quelles solutions les autres entreprises sur le marché mettent en oeuvre. Chaque participant reçoit un exemplaire de la publication intitulée «Faire un rien d'une montagne» ainsi qu'un répertoire contenant l'adresse des entreprises de recyclage de la région. Enfin, les participants reçoivent le «Plan de gestion des déchets», lequel présente aux entreprises commerciales une méthode progressive pour élaborer et mettre en application un programme de gestion de déchets.

### **La présentation**

Les séminaires sont présentés par une équipe d'animateurs tous choisis pour leurs compétences techniques, leur expérience en animation et leurs connaissances fondamentales du secteur où ils doivent avoir lieu. Parmi les animateurs choisis, beaucoup ont déjà reçu une formation complète dans le cadre de programmes de formation antérieurs organisés par la SCHL tels que les ateliers des constructeurs et les séminaires des entrepreneurs de rénovation.

## **Le défi**

Pendant le séminaire, les animateurs distribuent tout le matériel didactique, dont une formule d'inscription au défi. Les entrepreneurs intéressés remplissent la formule et la remettent à l'animateur. Chaque entreprise officiellement inscrite au défi reçoit une trousse documentaire. On encourage tous les entrepreneurs à relever le défi.

Le défi vise essentiellement à demander aux participants d'exploiter certaines techniques de gestion des déchets enseignées lors du séminaire. Chaque participant qui a pris part au défi et rempli le rapport final décrivant sa réalisation doit être honoré par la parution dans un journal local d'une annonce mentionnant sa participation aux activités de gestion des déchets.

## **La promotion**

Fait vraiment particulier, les animateurs ont intérêt à s'assurer que les participants assistent aux séminaires en grand nombre. En effet, tous les droits d'inscription sont perçus au nom du directeur de projet, mais les animateurs ont droit à une remise de 30 \$ pour chaque participant excédant le nombre minimal de 18. Cette mesure incitative vise à motiver les animateurs à promouvoir le mieux possible les séminaires.

Les équipes d'animateurs reçoivent du matériel de promotion comme des affiches et des brochures pour les aider à faire connaître les séminaires. Les médias sont également mis à contribution par la publication de communiqués, d'articles et de messages d'intérêt public.

Une série de séminaires de sensibilisation sont présentés par des directeurs de succursales de la SCHL (habituellement à l'occasion des réunions mensuelles de l'association des constructeurs d'habitations). On en profite pour cerner les problèmes et promouvoir les séminaires.

## **L'inscription**

Une ligne téléphonique sans frais permet l'inscription centralisée des participants et sert aussi à fournir aux personnes intéressées des renseignements à propos du défi ou de l'initiative en général. Les brochures et autres outils promotionnels mentionnent tous le numéro de téléphone et encouragent les gens à le composer.

## APPLICATION DU PROGRAMME

### Sélection des animateurs

La sélection de l'équipe d'animateurs a commencé dès l'élaboration de la proposition. Le groupe ETA recommandait de recourir à des équipes régionales d'animateurs qui seraient à la fois compétents tant pour les connaissances techniques que pour les aptitudes à l'enseignement. Nous avons choisi un grand nombre d'animateurs qui étaient pour la plupart très professionnels. L'équipe de formation utilisée pour la présentation des séminaires était formée comme suit :

#### Colombie-Britannique

David Lawson  
David Dungle  
Joe Charron

#### Ontario

Laverne Brubacher  
Phil McColeman  
Oliver Drerup  
Bob Sawatsky

#### Alberta et T.N.-O.

Bill Christ  
Blaine Husky

#### Québec

Jon Eakes

#### Saskatchewan

Keith Hanson  
Dave Fetsch

#### Nouveau-Brunswick

Joe Waugh

#### Manitoba

Dale Verville  
Brian Mansky  
Lindsay Kolt

#### Île-du-Prince-Édouard

Grant Mcleod

#### Nouvelle-Écosse

Ian Startup

#### Terre-Neuve

Jack Parsons

Ces animateurs ont été retenus pour les raisons suivantes :

- ils se sont montrés très intéressés à ce projet;
- ils possédaient une bonne expérience pratique et une bonne compréhension des questions touchant la gestion des déchets;
- ils faisaient preuve de bonnes aptitudes en matière d'animation, la plupart ayant déjà été formés par le groupe ETA à l'occasion de contrats antérieurs.

Tous les animateurs, sauf celui de la Nouvelle-Écosse, se sont très bien acquittés de leurs responsabilités dans la promotion et la présentation des séminaires. En Ontario, des difficultés administratives ont réduit le nombre de participants potentiels, sans toutefois nuire à la qualité des séminaires.

## **Formation des animateurs**

Une trousse documentaire détaillée, appelée Guide de mise en oeuvre, a été produite et expliquée à l'équipe d'animateurs pour la préparer en vue de ce séminaire. Cette trousse renferme tous les documents et formules relatifs à l'initiative et indique clairement de quelle façon la faire connaître, la diriger et la documenter. Un exemplaire de ce guide est annexé au présent rapport.

Une séance de formation a été menée par téléphone avec chacune des équipes d'animateurs et des discussions de suivi ont permis aux équipes d'étudier le processus et d'en examiner les conséquences pour leur région.

En plus du Guide de mise en oeuvre, chaque équipe d'animateur a reçu le Guide de l'animateur portant sur le séminaire ainsi qu'une trousse documentaire aux fins d'étude. Après que les animateurs aient étudié ces renseignements et examiné les conséquences de la présentation du séminaire, d'autres séances d'information ont été tenues par téléphone avec chaque équipe afin de répondre aux questions et de régler les problèmes.

Presque tous les animateurs avaient déjà été formés selon les techniques du groupe ETA, dont beaucoup dans le cadre de programmes parrainés par la SCHL comme les ateliers des constructeurs et les séminaires des entrepreneurs de rénovation. Le Guide de l'animateur relatif au séminaire fait appel aux mêmes méthodes d'animation et suit un mode de présentation auquel les animateurs sont déjà habitués. Des entretiens téléphoniques ont eu lieu avec chaque animateur afin de répondre à leurs questions ou d'aplanir certaines difficultés.

## **Documentation**

Pour promouvoir le programme, présenter le séminaire et le doter de la documentation pertinente, le groupe ETA a conçu le matériel suivant :

- o brochure d'information sur le manuel «Faire un rien d'une montagne»;
- o flans publicitaires visant la promotion du programme à l'échelle nationale;
- o questions et réponses types en vue de l'annonce du Ministre;
- o points clés à l'intention du Ministre pour son discours servant à présenter le programme;
- o articles non spécialisés destinés aux médias;
- o guide de mise en oeuvre pour les équipes d'animateurs;
- o Instructions à l'intention des animateurs sur la façon de constituer le répertoire d'adresses;
- o notes au sujet des séminaires de sensibilisation;
- o plan de gestion des déchets;
- o répertoire des ressources locales;
- o guide de l'animateur relatif au séminaire;
- o formules d'inscription au défi;

- o brochures;
- o affiches;
- o renseignements au sujet du défi;
- o aperçu des avantages liés à la participation au défi;
- o trousse d'information du participant;
- o reconnaissances publiques;
- o panneau de chantier;
- o trousse médiatique du participant;
- o registre du projet.

On trouvera annexé à ce rapport la plupart de ces outils.

Documentation en français -- Tous les documents requis ont été traduits en français et, dans la plupart des cas, le matériel publicitaire et promotionnel a été réalisé en version bilingue, à l'instar des brochures, affiches, annonces à l'échelle nationale, panneaux de chantier et reconnaissances. Le guide de l'animateur, tout comme le répertoire, a été traduit afin d'être utilisé au Québec. Le manuel «Faire un rien d'une montagne» avait déjà été traduit avant l'élaboration de ce projet. Le Plan de gestion des déchets a également été traduit à l'intention des utilisateurs québécois. La trousse documentaire du participant et tous les documents relatifs au défi ont été traduits en français pour le Québec et les autres régions francophones (surtout le Nouveau-Brunswick).

Tous les documents ont été produits en quantités suffisantes pour répondre aux besoins prévus de l'équipe d'animateurs. Des exemplaires additionnels ont été imprimés et remis à la SCHL pour qu'elle puisse, au besoin, les distribuer à ses bureaux locaux.

#### **Programme promotionnel**

Le programme promotionnel a été préparé suivant une stratégie élaborée dans le but d'atteindre les objectifs explicites du programme tout en s'assurant d'un bon taux de participation aux séminaires. La stratégie se présente comme suit :

- o réaliser une affiche et l'envoyer aux centres de matériaux de construction, aux entreprises, aux bureaux de la SCHL et à d'autres établissements de l'industrie;
- o produire une brochure et la distribuer aux constructeurs, rénovateurs, sous-traitants, fournisseurs, transporteurs de déchets, municipalités, agents du bâtiment, entreprises de démolition et autres membres de l'industrie;
- o rédiger et transmettre des articles susceptibles de paraître dans les quotidiens et les hebdomadaires qui traitent de la gestion des déchets et des problèmes liés aux déchets de construction;

- o rédiger et expédier des messages d'intérêt public à l'appui du défi et des séminaires;
- o mettre sur pied des séminaires de sensibilisation en collaboration avec les associations locales des constructeurs d'habitations dans les villes où l'on prévoit organiser des séminaires;
- o rédiger et transmettre des communiqués au sujet du défi et des séminaires;
- o produire et remettre aux participants souhaitant relever le défi une trousse médiatique incluant un exemplaire des messages d'intérêt public, des communiqués, des plans publicitaires, etc. permettant aux participants de mousser leur apport au défi;
- o créer et distribuer des panneaux de chantier faisant connaître la participation des entrepreneurs à tous ceux qui se rendent sur le chantier ou qui passent dans les parages;
- o organiser une importante conférence de presse nationale et une annonce de la part du Ministre.

En outre, chacun des animateurs a reçu une formation sur l'organisation d'un programme de télémarketing. Ce programme consistait à communiquer par téléphone ou télécopieur avec chaque participant en perspective afin de lui expliquer les objectifs du séminaire et de l'encourager à y participer.

Le programme de télémarketing s'imposait en raison de la façon dont la plupart de membres de l'industrie de la construction traitent l'information et de l'importance relative des questions en cause. Le groupe ETA possède une vaste expérience de cette industrie et sait qu'il faut parler à ces gens pour leur expliquer les problèmes (c'est-à-dire leur faire comprendre que ces problèmes les touchent vraiment de près) afin de les convaincre d'assister au séminaire.

Le programme complet a été annoncé d'un bout à l'autre du Canada grâce à des magazines comme Home Builder et Alumni News ainsi qu'à des allocutions prononcées à des réunions nationales de l'Association canadienne des constructeurs d'habitations.

Tous les bureaux locaux de la SCHL ont reçu l'information relative au programme pour pouvoir la distribuer au besoin. Les inspecteurs de la SCHL travaillant sur le terrain ont été encouragés à parler du programme aux entrepreneurs et, dans certaines régions, le bureau de la SCHL a offert un soutien promotionnel des plus dynamique grâce à des activités d'information.

## Résultats

Le groupe ETA proposait de cibler les régions suivantes pour la présentation du séminaire :

- |                           |             |
|---------------------------|-------------|
| o Toronto, région de York | o Windsor   |
| o Toronto, région de Peel | o Sudbury   |
| o Oshawa                  | o Winnipeg  |
| o Ottawa                  | o Saskatoon |
| o London                  | o Regina    |
| o Kitchener               | o Calgary   |
| o Barrie                  | o Edmonton  |
| o St. John's              | o Vancouver |
| o Saint John              | o Surrey    |
| o Moncton                 | o Victoria  |
| o Halifax                 | o Kelowna   |
| o Kingston                |             |

Les séminaires ont fait l'objet de promotion dans de nombreuses collectivités situées ailleurs, selon les efforts des équipes d'animateurs régionales. Dans bien des régions, les séminaires ont été offerts les uns à la suite des autres en vue de permettre une plus grande participation et un meilleur rendement des activités promotionnelles.

Pour déterminer si un séminaire allait avoir lieu, les organisateurs devaient tenir compte du nombre de participants inscrits à l'avance. Le numéro de téléphone sans frais a été fortement publicisé comme moyen de s'inscrire par anticipation, mais des numéros locaux ont aussi été indiqués dans les brochures pour les secteurs où les animateurs croyaient que le numéro sans frais pourrait décourager la participation.

À mesure que les inscriptions étaient prises au moyen du numéro sans frais, elles étaient immédiatement introduites dans une base de données informatisée qui pouvait servir à imprimer des rapports d'inscription pour chacun des séminaires. Les rapports d'inscription à jour étaient envoyés par télécopieur aux équipes d'animateurs pour qu'ils connaissent le nom ainsi que le numéro de téléphone des participants.

Parfois, les dates et les heures des séminaires ont dû être changées. Dans ces cas, l'animateur a appelé chacune des personnes inscrites et lui a demandé si la modification lui convenait. Dans l'affirmative, la personne recevait un avis de confirmation, sinon, elle était rayée de la base de données.

Le nombre minimal de participants a été fixé à 18, puisque ce nombre représente le seuil de rentabilité du séminaire. Les animateurs ont eu droit à une remise de 30 \$ pour chaque participant excédant le nombre minimal de 18. Dans certaines régions où la participation n'a pas atteint le minimum requis, l'équipe d'animation a dû obtenir du directeur de projet du groupe ETA l'autorisation de procéder quand même.

À deux reprises, on a demandé d'organiser un séminaire dans une région où les animateurs n'avaient pas prévu de se rendre. Dans les deux cas, le directeur de projet du groupe ETA a pu organiser la présentation d'un séminaire en collaborant avec le directeur de projet de la SCHL et en procédant à des remaniements à l'intérieur des affectations budgétaires stipulées dans le contrat.

Des séminaires ont été présentés dans tous les centres suivants :

- |   |               |   |              |
|---|---------------|---|--------------|
| o | Barrie        | o | Oakville     |
| o | Belleville    | o | Oshawa       |
| o | Brantford     | o | Ottawa       |
| o | Calgary       | o | Peterborough |
| o | Charlottetown | o | Québec       |
| o | Edmonton      | o | Regina       |
| o | Fredericton   | o | Saint John   |
| o | Halifax       | o | Saskatoon    |
| o | Hamilton      | o | Shelburne    |
| o | Kingston      | o | St. John's   |
| o | Kitchener     | o | Vancouver    |
| o | London        | o | Victoria     |
| o | Moncton       | o | Winnipeg     |
| o | North York    | o | Yellowknife  |

Les séminaires ciblaient les constructeurs, les rénovateurs, les sous-traitants et les entrepreneurs généraux travaillant dans le secteur résidentiel. Beaucoup de particuliers se sont montrés intéressés à assister aux séminaires de gestion des déchets, mais nous leur avons déconseillé de s'inscrire étant donné que les séminaires sont conçus pour traiter de questions touchant les chantiers de construction et l'aspect commercial de la gestion des déchets, non pas la gestion des déchets domestiques.

Cependant, les particuliers qui étaient en train de se construire une maison ou d'effectuer des travaux de rénovation ont été invités et encouragés à participer au séminaire.

En consultant les rapports d'inscription et de participation, vous constaterez que le nombre de personnes qui se sont inscrites au séminaire a comblé les attentes. Dans certaines régions où la participation aurait dû être élevée (Toronto), on a observé une tendance tout à fait contraire. Par ailleurs, dans certaines régions où l'on s'attendait à un nombre restreint de participants (Prairies, T.-N.), c'est là aussi le contraire qui s'est produit.

En tout et partout, le nombre total de séminaires proposés et le nombre total de participants attendus ont été dépassés pendant la durée de l'initiative.



La participation inférieure à ce que les inscriptions permettaient d'attendre peut être attribuée aux facteurs suivants :

- o aucune somme n'a été versée avant le séminaire, ce qui permettait de changer d'idée à la dernière minute;
- o les séminaires ont été présentés tard à l'automne, une période occupée pour la plupart des entrepreneurs;
- o le niveau d'intérêt général n'était pas suffisamment élevé; il était donc plus facile de changer d'avis et de ne pas se rendre au séminaire.

La différence entre le nombre de participants et le nombre de personnes inscrites au défi peut être calculée en tenant compte du nombre de groupes commerciaux par rapport aux groupes gouvernementaux. De plus, beaucoup d'entrepreneurs ont pris des formules d'inscription au défi lors du séminaire dans l'intention de les remplir et de les retourner, mais ont oublié ou ont changé d'idée. Il est donc difficile de savoir combien d'entreprises se sont comportées comme si elles s'étaient inscrites au défi même si en réalité elles ne l'étaient pas.

Peu de participants ont rempli le rapport final. Encore là, ce problème est probablement lié à la nature humaine et à une situation un peu trop commune dans l'industrie de la construction : la répugnance à l'égard de la paperasse. Le moins qu'on puisse dire, c'est que la plupart des entrepreneurs de construction résidentielle ne s'intéressent pas aux formules et à la paperasserie administrative.

D'autres participants inscrits au défi n'ont peut-être rien fait qui, à leur avis, ne vaille la reconnaissance prévue. Les annonces à cet effet qui ont été offertes aux participants ont sans doute mis certains entrepreneurs mal à l'aise s'ils n'ont pas fait d'effort très évident pour aider la cause de la gestion des déchets.

Le groupe ETA a toujours soutenu que la portion la plus valable de cette initiative était le séminaire. Les participants sont ressortis du séminaire très sensibilisés aux problèmes et à l'importance de la gestion des déchets dans l'industrie de la construction. Même sans défi, les participants auraient acquis une meilleure compréhension des problèmes et auraient pris quelques mesures au sein de leur entreprise pour réduire la quantité de déchets produits.

Dans certaines régions canadiennes, on a tellement mis de pression sur les décharges que des interdictions totales ont dû être décrétées à l'endroit des matériaux de construction. Dans d'autres régions, des décharges recueillent les déchets de construction et les gèrent en vue d'en profiter financièrement, agissant ainsi comme entreprise de liquidation.

Ailleurs, des municipalités ont pris conscience pour la première fois de la valeur de leur décharge et se sont empressés d'en prolonger l'existence en gérant le type et la qualité des matériaux acceptés.

Des lois provinciales et des règlements municipaux sont rapidement en voie d'entrer en vigueur dans bien des régions, lesquels auront pour effet d'empêcher le déversement de matériaux de construction dans les décharges. L'absence de dépôts de recyclage appropriés et le coût élevé des solutions de rechange auront tôt fait d'accroître considérablement l'utilité des renseignements recueillis par les participants lors du séminaire.

## CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Ce projet avait pour but de :

1. conscientiser le public et l'industrie au sujet de l'engagement du gouvernement fédéral à l'égard de la qualité de l'environnement et montrer que ce dernier contribue à la réduction des déchets de construction par l'entremise de la SCHL, son agence de l'habitation;
2. promouvoir les concepts de réduction, de réutilisation et de recyclage et inciter l'industrie de la construction à relever le défi de la réduction des déchets;
3. transmettre les connaissances en matière de conception et de technologie acquises grâce à des initiatives de démonstration comme celle-ci aux membres de l'industrie de la construction les mieux placés pour utiliser ce savoir-faire;
4. montrer que la SCHL est un chef de file, un catalyseur et un partenaire qui cherche à régler les problèmes environnementaux liés à l'industrie de la construction.

L'initiative a joui d'une grande popularité auprès des gens de l'industrie et du public. Très peu de secteurs de l'industrie de la construction n'ont pas entendu parler de l'initiative et du parrainage de la SCHL. La ligne téléphonique sans frais a donné lieu à un flot continu de demandes de renseignements provenant du public, de la SCHL et, bien sûr, des gens de l'industrie. Parmi les aspects intéressants de cette opération, notons l'engouement qu'il a suscité chez les entrepreneurs qui avaient des produits recyclés à vendre ou qui désiraient mettre sur pied des programmes de recyclage.

Bien des gens au sein de la population en général ont téléphoné dans l'espoir de trouver des lieux d'élimination ou des débouchés pour des produits comme les plaques de plâtre, les bardeaux d'asphalte ou les vieux appareils sanitaires. Ces personnes estiment qu'un centre national de coordination de l'offre et de la demande de déchets est une bonne idée.

Les rapports finals remis par les entrepreneurs qui ont relevé le défi brossent un tableau intéressant de la situation en matière de gestion des déchets de la construction résidentielle ainsi que du succès de ce programme :

- o Plus de 60 p. 100 des participants ont élaboré un plan de gestion des déchets;
- o 56 p. 100 ont modifié des plans de bâtiments pour les rendre plus efficaces;
- o 78 p. 100 ont amélioré leurs méthodes d'entreposage des matériaux;
- o 89 p. 100 ont amélioré leurs méthodes d'approvisionnement en matériaux;
- o 90 p. 100 ont trouvé des moyens de réutiliser les matériaux excédentaires dans d'autres parties des chantiers;

- o 60 p. 100 estiment que la gestion des déchets de construction augmentera leurs coûts à court terme;
- o 100 p. 100 estiment que la gestion des déchets de construction leur fera réaliser des économies à long terme;
- o 64 p. 100 croient qu'il n'existe pas suffisamment d'entreprises de recyclage pouvant traiter adéquatement leurs déchets de construction.

#### **Mesures entreprises**

- o Le bois, le métal et le carton propres sont recyclés.
- o Les panneaux de copeaux orientés et les retailles de bois de construction sont réduits en copeaux pour accentuer les sentiers d'un parc local.
- o Les restes de plaques de plâtre sont expédiés à des entreprises de recyclage.
- o Des retailles de bardage en vinyle sont transformées en poteaux de clôture.
- o Un fournisseur d'armoires réutilise ses emballages.
- o Une compagnie de chauffage recycle la ferraille.
- o Les matériaux de construction en trop sont retournés ou transportés au chantier suivant.
- o Les commandes sont vérifiées pour s'assurer que les quantités indiquées sont exactes.
- o La largeur indiquée sur un plan est modifiée pour égaler la longueur d'un module et ainsi réduire les pertes résultant du découpage.
- o De meilleures méthodes d'entreposage de matériaux sont utilisées pour restreindre la quantité de déchets.
- o On envisage l'utilisation d'un broyeur portatif pour concasser sur le chantier les déchets de brique, de maçonnerie, de plaques de plâtre et de mortier en vue de les réutiliser comme matériau de remblayage compactable sous les trottoirs et les voies d'accès pour automobile.
- o Les restes d'isolant sont réutilisés.
- o Les armoires, les comptoirs, les portes, etc. sont conservés aux fins de revente.
- o Les restes de bardeaux de couverture sont utilisés pour les dépendances.

### **Préoccupations exprimées**

- o Il est trop coûteux d'envoyer les matériaux aux entreprises de recyclage.
- o Bien des villes ne sont pas dotées d'installations de recyclage adéquates.
- o Il faudrait des entreprises de recyclage plus diversifiées.
- o Les sous-traitants et les fournisseurs doivent être sensibilisés à la réduction des quantités de déchets produits.
- o Les ouvriers doivent être informés.
- o Il faut trouver de nouvelles façons d'utiliser les matériaux recyclés.
- o On doit contribuer à créer des débouchés pour les produits recyclés.
- o Comme les coûts sont élevés, il importe d'établir des mesures d'encouragement au recyclage.
- o Les architectes et les concepteurs doivent améliorer leurs concepts afin de réduire la quantité de déchets.

### **Synthèse**

Dans les dernières semaines du programme, bien des gens ont reçu des demandes de renseignements sur l'utilisation du matériel technique et d'autres ressources. Certains groupes ont demandé des exemplaires du cours tandis que d'autres voulaient entrer en communication avec les animateurs au sujet de la présentation du séminaire. Bien des collèges techniques ou communautaires ont apprécié recevoir le matériel didactique, car ils désiraient intégrer cette matière à leur programme de cours.

Chaque année, la plupart des associations provinciales des constructeurs d'habitations parrainent un forum des constructeurs qui sert essentiellement à la formation des membres. Beaucoup de provinces en profitent pour offrir aux délégués des séminaires sur la gestion des déchets.

Le numéro sans frais a connu un succès retentissant, permettant de recevoir des appels de partout au Canada. Chaque jour, les gens au bout du fil voulaient obtenir des renseignements sur le programme et la façon de s'inscrire, mais aussi sur des sujets préoccupant les consommateurs. Les animateurs, les bureaux de la SCHL, les participants et le public en ont fait bon usage. Le coût d'utilisation mensuel de cette ligne a été en moyenne de 500 \$. La compagnie de téléphone a même mentionné que, compte tenu de la fréquence d'utilisation, nous aurions eu avantage à disposer de deux lignes.

## Recommandations

Questionnés à ce sujet au début de 1992, les animateurs ont formulé les recommandations qui suivent :

- o Concevoir un séminaire détaillé pour chaque produit utilisé durant la construction afin d'expliquer comment le réduire, le réutiliser ou le recycler;
- o Publier un catalogue de produits de construction fabriqués partiellement ou entièrement de matières recyclées;
- o Mettre en oeuvre une campagne promotionnelle de concert avec la SCHL, le Conseil des fabricants et les sections locales de l'ACCH visant à encourager l'emploi de matériaux de construction qui renferment un pourcentage élevé de matières recyclées;
- o Avoir recours au Programme des prix d'innovation sur les chantiers pour mettre en évidence les bonnes méthodes de gestion des déchets utilisées par les entreprises de construction;
- o Offrir une seconde série de séminaires, car beaucoup de membres de l'industrie de la construction sont davantage sensibilisés et désireux d'apprendre;
- o Inclure la gestion des déchets dans tous les programmes de formation provinciaux et nationaux qui s'adressent à l'industrie de la construction.