

# Propreté canine

Réussir son action  
En 10 points clé



**animo**<sup>®</sup>  
*concept*  
marque déposée

Des solutions efficaces et durables pour les collectivités



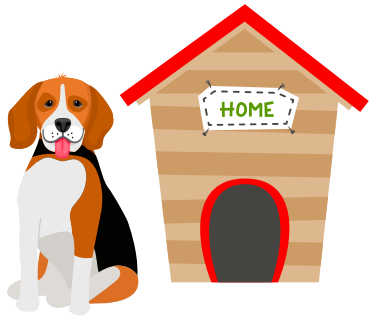
# Sommaire

 Les enjeux de la propreté canine .....	3
 Plus de 2500 collectivités nous font confiance .....	4
 Pourquoi ce guide blanc ? .....	5
 Les 10 points clé de la propreté canine .....	7
1. Identification des zones .....	7
2. Mobilisation des acteurs .....	8
3. Communication .....	9
4. Dispositifs extérieurs .....	10
5. Visibilité des dispositifs .....	11
6. Entretien des dispositifs .....	12
7. Verbalisation .....	13
8. Valorisation du ramassage .....	14
9. Kits intérieurs .....	15
10. Conseils personnalisés .....	16

# Les enjeux de la propreté canine

En France, il y a plus de **7,3 millions de chiens**

Un **chiffre impressionnant** qui induit la production de déjections canines en nombre.



**25 %**

Des foyers possèdent au moins un chien en France



**31 %**

Des chiens vivent dans des villes de + 100 000 habitants



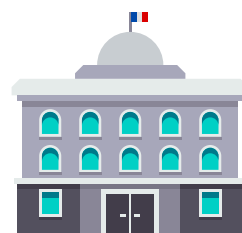
**250 g**

C'est ce que rejette en moyenne par jour un chien de 30 kg



**5 850 tonnes**

C'est le poids des déjections produites chaque année à Paris par 200 000 chiens



**2 500 collectivités**

Nous font confiance pour la propreté canine




Plus de 2 500 collectivités  
nous font confiance



BORDEAUX

Ville de **Dijon**

 **LE HAVRE**

ville de  
**lille**

 **Grand Paris  
sudest**  
avenir



**Grenoble.fr**

  
**Montpellier**

**Nantes**



VILLE DE NICE

**Strasbourg.eu**



**#toulouse**



GRAND PARIS  
**SEINE OUEST**

ville de  
**Nancy,**



# Pourquoi ce guide blanc ?

Les incivilités liées aux déjections canines demeurent **une des 3 priorités majeures** de tous les habitants de toutes les villes de France. Il faut donc réfléchir à des solutions pérennes, pédagogiques et parfois même ludiques. Pourquoi ? Parce qu'il est nécessaire de **renforcer cette idée de ramassage** et de la rendre **naturelle et valorisante**. Vos citoyens doivent participer aux efforts générés pour la propreté urbaine et changer naturellement et avec plaisir leurs habitudes.

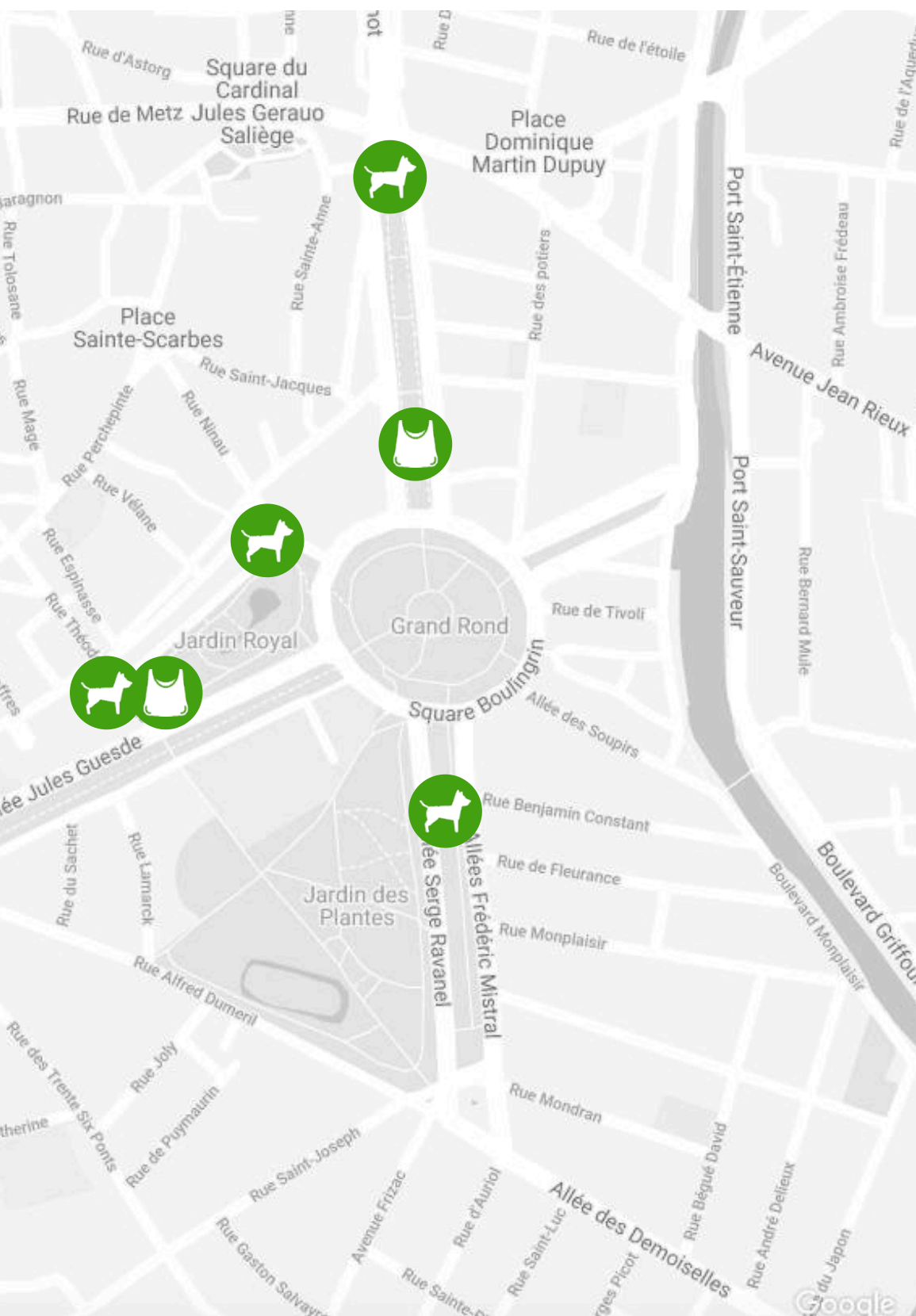
En tant que collectivité, vous êtes soucieux de l'hygiène, de l'environnement et des espaces de votre ville, sur différentes thématiques. Mais le besoin d'une **ville propre**, qui lutte contre les déjections canines, compte parmi les problématiques les plus préoccupantes. Les **risques de chute, de nuisances olfactives et visuelles ainsi que les risques de développement d'infections et maladies sont bien réels**.

Chez Animo Concept, nous avons conscience de votre inquiétude quant aux coûts, aussi bien humains que financiers, d'une telle campagne. Les 10 points clés développés dans ce guide prouvent toutefois que le **bon sens et l'accompagnement technique** permettent de réussir la mise en place d'un véritable plan de propreté urbaine, axé sur la propreté canine. Cela est valable pour toutes les villes, qu'elles soient rurales, urbaines ou touristiques.

L'investissement nécessaire de base, décrit ici, enregistre très rapidement des **résultats probants** ainsi qu'une nette amélioration de la propreté dans l'espace public : **des trottoirs assainis, des parcs et jardins plus accueillants, des citoyens engagés, des propriétaires de chiens responsables !**

**Une ville propre n'est plus une utopie, c'est une nécessité devenue accessible à nos côtés.**

# 1. Identification des zones



Déjections canines, que faire ? La première chose est d'identifier les zones les plus concernées.

Le territoire d'une commune n'a pas besoin d'une couverture à 100% : il faut plutôt privilégier l'**identification et l'action au sein des zones souillées**. Ce sont elles qui vont nécessiter une prise de conscience, une compréhension des logiques de zones, une évaluation volumétrique et un traitement adapté.

Les **retours des citoyens** (via les plateformes internet de la Mairie ou l'application d'alerte citoyenne) sont certainement la voie la plus connue en termes de remontées d'informations. Cependant, il ne faudra jamais négliger les **avis et les constats quotidiens des agents municipaux**. Ce sont eux, parmi les premiers garants d'une ville propre.

Déjections canines, quelles zones les plus touchées ?

Généralement, les **espaces verts** à proximité des zones pavillonnaires ou des immeubles d'habitation sont les lieux privilégiés par les propriétaires de chiens. Les crottes de chiens sont plutôt retrouvées sur des **zones enherbées** ou **sablonneuses**. Les espaces de jeux pour enfants non clos peuvent également devenir des endroits souillés, sur lesquels une forte vigilance est recommandée.

De plus, les **rues piétonnes du centre-ville** sont habituellement des lieux très fréquentés par les chiens des administrés ou par ceux des touristes de passage. Il conviendra de **répertorier les chemins habituellement empruntés** (sortie de parking, abords de cours d'eau, ruelles, placettes, etc.). À l'inverse, l'hyper centre est généralement moins impacté par les déjections canines, les chiens étant souvent interdits dans les magasins.

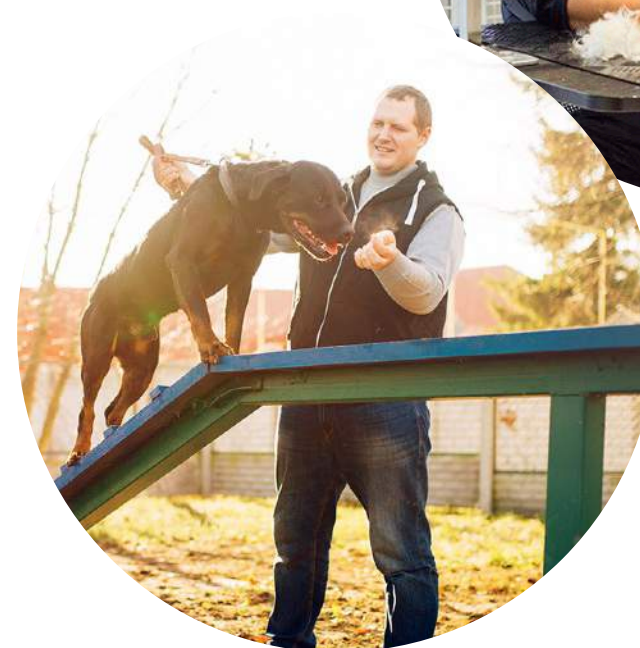
## 2. Mobilisation des acteurs

Différents acteurs principaux et référents devront intervenir pour la réussite d'une action de propreté canine dans votre ville.

Les **agents municipaux** de la collectivité connaissent le terrain, les habitudes des administrés et les solutions généralement mises en place pour lutter contre ces nuisances d'hygiène publique. Ils sont directement concernés lorsqu'ils doivent intervenir et il ne faudra jamais négliger l'importance de leur **proximité auprès des habitants**. Les meilleurs messages de propreté canine passeront certainement par eux : vecteurs principaux de la prévention directe.

Un maillage professionnel existe dans la plupart des villes (les **vétérinaires** et les **toiletteurs canins**) et il doit retenir toute l'attention des pouvoirs publics. Ces professionnels doivent être intégrés au plan propreté de votre ville. Directement et quotidiennement au contact des propriétaires de chiens, ils ont une position de **prescripteurs privilégiés**. Leurs conseils sont toujours bien perçus et valorisés. L'idée ? Commencez par exemple par disposer des flyers de communication clairement identifiés ainsi que des sachets canins en simple distribution sur les comptoirs d'accueil.

Autres acteurs indispensables à la propreté canine : les **clubs d'éducation et de sports canins** (plus de 1000 en France). Ils peuvent avoir un rôle important quant à la sensibilisation au ramassage des déjections canines. Les adhérents de ces lieux sont habitués à utiliser des sachets de ramassage. Ils sont donc des exemples parfaits, pour les propriétaires de chiens lambda qui nécessitent d'être sensibilisés à ces gestes. Pourquoi ne pas proposer des cours publics d'éducation canine, une sensibilisation par les balades canines publiques, des animations canines en centre urbain, une journée du **chien citoyen**, une fête des animaux ?





### 3. Communication



**Scooby**, Mascotte propreté de Saint Brieuc (22)

La perception publique d'une campagne liée à la propreté canine sera toujours doublée d'une **communication claire, pertinente, incitative et appropriée. Comment parle-t-on de la déjection canine ?**

Les propriétaires de chiens, sans être pointés du doigt trop fortement, doivent pourtant être sensibilisés au ramassage des déjections canines de leur animal. De leur adhésion active dépendra la réussite des actions pour une ville propre. Une adhésion qui aura valeur d'exemple et qui entrainera un effet « boule de neige ».

Les non-propriétaires de chiens devront également se retrouver dans le type de communication engagée, vérifiant ainsi le « rappel à l'ordre » au bénéfice de la propreté pour tous. L'idée est de leur rappeler qu'ils sont également victime du fléau de la déjection canine.

Les **messages les plus simples et répétitifs** auront une meilleure chance de fonctionner.

Doubler sa campagne d'un appui lié à une **mascotte** (les Conseil Municipaux des Jeunes sont souvent très prolifiques en la matière) peut également se révéler très impactant. Enfin, les jeux de mots des séries télévisées très connues par exemple, comme pour la campagne de propreté « Plus belle ma ville » sont très parlants pour le citoyen. Ils ont une forte valeur ajoutée, jouent sur le sentiment de popularité, de proximité et d'appartenance.

Pour parler de la déjection canine, chaque collectivité développe ses propres moyens de communication. Dans tous les cas, votre campagne de propreté canine devra se plier à tous les formats : réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter), site Internet, magazine papier, affiches et panneaux d'information. La presse locale ne devra pas être oubliée : c'est un outil parfait de vulgarisation des messages, bilans et actions.



## 4. Dispositifs extérieurs

La propreté urbaine passe incontestablement par des dispositifs extérieurs tel que du mobilier urbain dédié au ramassage des déjections canines. **Les endroits stratégiques régulièrement impactés** (parterres enherbés, chemins de promenade, abords des aires de loisirs) doivent être équipés de distributeurs de sachets canins répondant à une orientation performante, économique et simple à utiliser. Privilégier des bornes de propreté canine intégrant le prélèvement unitaire des sachets canins, vous permet d'en limiter la consommation. En implantant des modèles à **prélèvement unitaire les villes enregistrent en moyenne une baisse de 30 % de la consommation des sacs.**

D'autres éléments concrets doivent venir en appui de cette réflexion sur la propreté urbaine. Ils sont plus techniques et destinés à assurer la pérennité des matériels (en vue du respect des budgets de la collectivité publique). Pour une intégration en zone humide (bord de mer, montagne, bord de cours d'eau...) le choix de dispositifs **traités anti-corrosion** est obligatoire. Par ailleurs, l'aluminium est nettement préférable à l'acier, qui va rapidement se dégrader. De la même façon, afin de lutter contre le **vandalisme**, nous conseillons des **matériaux résistants et non inflammables**. Enfin, la collectivité doit rester vigilante aux choix de gammes dont les pièces détachées sont suivies et disponibles.

Les **corbeilles ou poubelles** de réception des sachets usagés devront être positionnées dans un champ visuel à moins de 100 m des zones souillées. Le citoyen peut ainsi identifier facilement une solution complète qui lui permettra de récupérer un sachet, l'utiliser puis le jeter via un dispositif de récolte collective. **Il est d'ailleurs nécessaire d'associer corbeilles et distributeurs** conjointement (square, petit espace herbeux, espace < 400 m<sup>2</sup>). Sur des longs sentiers, des chemins piétonniers de plus d'un kilomètre ou à l'intérieur de parcs de plusieurs hectares, placez des **points de distribution aux entrées de la zone ciblée** tout en ayant soin de valider que des corbeilles sont présentes à proximité. Vous l'aurez compris, un plan de **propreté urbaine nécessite un maillage stratégique pertinent.**





## 5. Visibilité des dispositifs



À ce stade, le projet de lutte contre les déjections canines est bien avancé. Dès lors, deux façons de procéder quant au choix du coloris des dispositifs. Certaines communes préfèrent **harmoniser la couleur** de tous les éléments du mobilier urbain mis en place sur le territoire. Malgré le risque d'un mobilier qui se fond dans le panorama urbain et perd en visibilité. C'est donc un choix esthétique. D'autres communes optent pour un impact visuel plus fort en faisant le choix d'un **coloris volontairement différent**, parfois agressif (rouge, jaune, etc.). Dans ce cas, la **visibilité accrue** vient accentuer le désir d'utilisation des sachets, mais aussi la perception globale de l'implantation des dispositifs. Le plan de propreté canine de la collectivité sera perçu de façon plus dynamique, provoquant des **résultats plus immédiats**.

Les distributeurs de sachets canins et panneaux d'informations présents sur les bornes de propreté canine méritent une attention particulière en matière de **slogans, valorisation des messages incitatifs, rappels des arrêtés municipaux**. Une réflexion doit être menée afin de mettre en avant l'intérêt des dispositifs, leur mode d'emploi et les risques encourus en cas de non-respect de la loi.

Afin d'une campagne de lutte contre les déjections canines visant les bonnes personnes, les canisites disposés sur l'espace public doivent également être très visibles pour les utilisateurs et moins visibles pour les non acteurs. Il est possible de répondre à cette difficulté grâce à **l'apposition de panneaux indicateurs** harmonisés avec l'environnement immédiat. Cette information douce est réalisée en adéquation avec l'ensemble du dispositif, valorisant ainsi le plan de propreté canine engagé par la collectivité.

*Des hauts de mâts visibles à plus de 100 mètres permettent d'identifier la borne, provoquant ainsi une attirance directe pour le propriétaire de chien, et un sentiment positif quant à l'action de la ville en faveur de la propreté canine.*



## 6. Entretien des dispositifs

Une ville propre demande un suivi à la fois humain, financier, matériel et d'entretien.

L'implantation de **bornes de propreté canine** sur le territoire nécessite notamment quelques obligations pratiques et régulières afin que les dispositifs soient quotidiennement actifs et en mesure de répondre à la demande des usagers.

Un distributeur totalement vidé de ses sachets va immanquablement occasionner un risque de dépôts de déjections canines à proximité, suivi d'une surconsommation de sachets dès le remplissage liée à la peur de manquer à nouveau de sachets. Il convient donc de planifier une **surveillance régulière et un remplissage optimal**.

Le choix du type de sachet, **plastique ou papier**, va impacter fortement sa consommation, qui diminuera de près de 75 % d'une technologie à l'autre, à population équivalente. Les sachets en papier ne permettent quasiment pas d'autres utilisations que celles de ramasser les déjections canines, contrairement de ceux en plastique.

La façade avant des distributeurs destinés à votre ville propre peut être taguée ou abimée. Votre communication ne sera donc plus aussi efficace. Ainsi, faite le choix de **stickers pouvant facilement être changés, à moindre coût**.

Le souci d'une hygiène parfaite de certains mobiliers urbains, comme les canisites, doit être prise en considération afin que les chiens ne risquent pas d'être contaminés par des maladies ou infections. Assurez-vous toujours que les **matières premières des canisites** soient traitées de façon **durable et aisée**. La fabrication des canisites en PVC recyclé facilite par exemple la durabilité, la **résistance aux urines et aux traitements naturels (type Elimin' Odeurs)**.



## 7. Verbalisation



La question des « amendes pour crottes de chiens » revient souvent. **Verbaliser les propriétaires** de chiens qui ne ramassent pas les déjections canines de leur animal fait partie de la solution, si on se base sur les constats établis par les villes prônant cette méthode. En effet, une amende fait toujours son effet. Le hic ? Elle n'a **pas de valeur pédagogique**.

Pour répondre à la question « que faire contre les déjections canines », ne négligez jamais le volet amenant l'adhésion naturelle et investie des citoyens, au profit d'un volet purement punitif. L'objectif est d'aider ainsi les citoyens à avoir « le bon réflexe » : **ramasser les crottes de chiens parce que c'est bon pour eux, pour les autres, pour les animaux et leur ville tout entière**.

Une autre verbalisation voit progressivement le jour dans certaines villes : la verbalisation pour les propriétaires de chiens n'ayant pas de sachets sur eux.

L'exemple de la Ville de Paris est assez édifiant. Alors que les installations de mobilier urbain dédiées au ramassage des déjections canines sont déplorables, les propriétaires ne disposant pas de sachets peuvent être verbalisés. Le constat est sans appel : **Paris reste une ville où les déjections canines continuent de joncher le sol des rues** ! 650 parisiens sont hospitalisés tous les ans après avoir glissé sur une crotte de chien et les nuisances d'hygiène canine restent une des préoccupations principales des touristes ! Cela démontre que pour agir contre les déjections canines, **la priorité n'est pas de réprimander, mais d'apporter des solutions**.

De plus, il est très difficile pour les **agents assermentés** de prendre le « coupable » la main dans le sac (ou pas, justement) sur la voie publique. Puis, il faut bien avouer que la verbalisation n'est politiquement pas bien perçue...

Ainsi, si menacer d'une amende permet de maintenir le niveau d'exigence et de diminuer le nombre de déjections sur la voie publique, cette démarche doit néanmoins toujours être accompagnée de solutions concrètes proposées par les collectivités. Ce ne sera jamais un nombre colossal de PV dressés en une année qui fera changer le comportement des « mauvais ramasseurs ».



## 8. Valorisation du ramassage

Les déjections canines dans l'espace public sont un fléau pour toutes les tranches de la population : enfants, adultes, personnes âgées. Elles véhiculent le « laisser-aller » prôné par certaines personnes, arguant que « les impôts sont payés pour » et que « les employés communaux n'ont qu'à faire leur travail ». Une bonne campagne de propreté doit faire évoluer ces mentalités.

L'effort positif et fédérateur venu du Nord de l'Europe arrive progressivement dans notre pays. La logique et la normalité de ramasser deviennent plus fortes que l'arbitraire et l'obligation. Le citoyen a besoin d'être un véritable **acteur de son quotidien**. Il cherche sa place au sein d'un dispositif de préservation de l'environnement et de son cadre de vie. Pour vous inspirer dans votre campagne pour la propreté, basez-vous sur la réussite des journées citoyennes : **avoir une belle commune et qu'elle le reste**, est toujours motivant pour une grande partie de la population.

Récompensez les « bons maîtres » par des actions publiques, organisez des challenges propres entre quartiers, bref, valorisez le ramassage. Faites-en un geste bienveillant et rassembleur. Pourquoi ne pas aller encore plus loin lors de votre campagne de propreté ? **Valorisez par exemple l'action du ramassage par la mise en place d'un compost naturel !** Les élevages canins pratiquent avec succès le compost de déjections canines depuis fort longtemps, les collectivités peuvent donc faire de même. C'est simple, écologique et économique. Ce procédé est une façon de boucler la boucle, en transformant un impact environnemental négatif en une source positive de substrat dédiée à la plantation d'espaces végétalisés.



## 9. Kits intérieurs



De nombreuses communes vont au-delà de l'installation de bornes de propreté et de distributeurs de sachets canins lorsqu'elles s'attèlent à des actions pour une ville propre. Parmi les dispositifs de propreté canine aussi recherchés : ceux d'intérieurs. Ils répondent au souci d'une **proximité constante du matériel avec les citoyens possédant un chien**. Le maillage global de distribution, donc de promotion de la campagne liée à la lutte contre les déjections canines, peut donc également passer par des points de distribution intérieurs : en accueil de la Mairie, aux Services Techniques, en Office du Tourisme, chez les toiletteurs ou chez les vétérinaires, etc. Nous vous rappelons que ces deux acteurs privés sont au contact de plus de 50 % des chiens d'une commune.

Ces dispositifs de propreté canine à part entière existent aussi chez nous et se veulent **ludiques et innovants** : étui-laisse, petit distributeur en forme d'os à accrocher au collier du chien, petit présentoir de comptoir, mini rouleau de 20 sachets, etc. Ils ont l'avantage de pouvoir être **logotés à l'unité**, ce qui permet une réelle communication directe de la Ville.

Ces ramasse-crottes sont **faciles à utiliser et à transporter** : en balade avec ses chiens, dans son sac à main, dans la voiture, dans un sac à dos. Ils permettent de **mobiliser des acteurs relais** de façon très simple et contribuent ainsi à développer **un maillage complémentaire à l'action principale**, à moindre coût. Cette solution est également très indiquée pour les quartiers sensibles, les zones rurales ou des lieux difficiles à équiper par les procédés habituels.

Grâce à l'ensemble des dispositifs de propreté canine, l'impact est maximum puisque tous les propriétaires de chiens sont **ciblés, responsabilisés et équipés**.



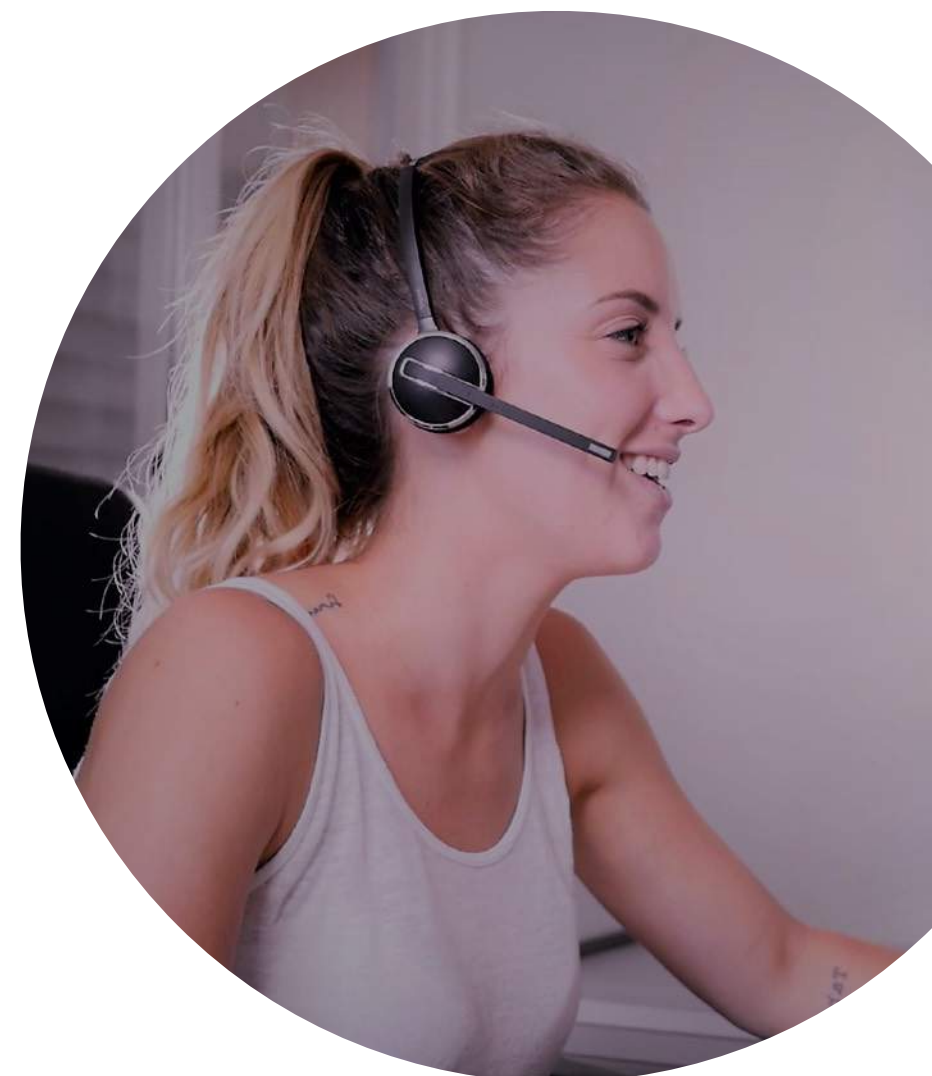
## 10. Conseils personnalisés

L'accompagnement des collectivités est une des missions principales d'Animo Concept. Pour bâtir une ville propre, des **analyses techniques, pratiques et concrètes** des besoins en matière de propreté canine sont indispensables. Les résultats aux tests permettent de définir les contours d'un véritable plan d'action efficace. L'expérience de terrain de nos collaborateurs depuis 2002, auprès de centaines de villes, villages, agglomérations et métropoles permet d'étudier au plus près les données et de projeter les **différentes options possibles**.

Un dossier d'audit débute généralement par une phase de découverte terrain, de visualisation des cheminements piétonniers, de **cartographie** des zones souillées, **d'analyse** des solutions envisagées. Ces différentes informations sont complétées par des **données chiffrées spécifiques** à chaque commune : nombre de chiens, nombre de propriétaires de chiens, ratio permettant de définir plusieurs niveaux d'actions possibles.

Des scénarios sont ensuite proposés en fonction de **multiples stratégies** : priorité environnementale, priorité communication, priorité budgétaire. Pour chaque solution, des **phases de test gratuites** peuvent être mises en place avant de concrétiser une véritable action. L'efficacité des outils a toujours démontré la qualité de service d'Animo Concept. Une qualité au soin des élus, des responsables techniques et des collectivités.

La réussite de votre plan de propreté urbaine, et plus particulièrement de propreté canine, est garantie par notre accompagnement. Nous sommes garants d'une fiabilité optimale et d'une qualité exemplaire depuis 19 ans. Des outils performants existent, nous vous les fournissons, vous y formons et vous obtenez alors des résultats visibles, rapidement !



# Échangeons sur vos besoins !

Nos équipes sont à votre disposition.



6 place des Corporations  
34590 Marsillargues



04 67 82 55 26



[infos@animo-concept.com](mailto:infos@animo-concept.com)

