Catégorie : Événementiel / Relations Publiques / Relations presse

DESSINE-MOI UN MONSTRE !

Quand les enfants deviennent les ambassadeurs de la propreté

DESSINE-MOI UN MONSTRE !

L'imagination au service de résidences plus propres !



UNE AUTRE FAÇON DE PARLER PROPRETÉ

Contexte

CLMH est le premier bailleur social de la communauté urbaine de Caen la mer et gère plus de 11 000 logements. Dans nos immeubles, les enjeux de propreté des parties communes et de gestion des déchets nécessitent une sensibilisation régulière. Pour dépasser les messages descendants ou culpabilisants, Caen la mer Habitat a fait un pari : confier aux enfants la création des futurs ambassadeurs de la propreté.

La problématique

Comment sensibiliser durablement les familles autour de la propreté, sans faire la morale, et transformer un message de prévention en démarche participative ?

L'idée forte

Faire des enfants de 3 à 12 ans les créateurs de monstres rigolos pour être transformés en nudges dans nos halls.

TROIS AMBITIONS

SENSIBILISER

Impliquer les enfants dans la création de leur propre monstre sensibilise davantage au sujet, car ils deviennent acteurs du message qu'ils transmettent.

FÉDÉRER

Le fait que les illustrations soient réalisées par les enfants des locataires crée un sentiment d'appartenance et de fierté, encourageant les résidents à respecter davantage les consignes.

VALORISER

Faire rayonner un projet citoyen par l'intermédiaire des écoles et des partenaires à travers une exposition itinérante des dessins réalisés par les enfants.

Période de la campagne : de septembre 2025 à juin 2026

L'entièreté de la campagne a été réalisée en interne.

DES DESSINS À LA VIE RÉELLE

175
dessins reçus

9
créations gagnantes

4
expositions organisées

1 lot /enfant
chaque participation valorisée

Tous les dessins ont été transformés par l'intelligence artificielle en monstres plus vrais que nature. Chaque enfant a reçu une carte postale de son monstre et un kit de coloriage, tandis que les gagnants ont remporté une peluche à son effigie.





QUATRE RENDEZ-VOUS AU CŒUR DES QUARTIERS

En 2026, suite au succès de ce concours, nous avons souhaité donner une nouvelle dimension aux œuvres réalisées par les enfants. Au-delà d'une simple exposition, l'objectif était d'aller à la rencontre des familles et de faire de cette initiative un véritable levier de sensibilisation.

Ainsi, cette exposition est devenue un prétexte pour engager le dialogue autour des enjeux du bien-vivre ensemble. En partenariat avec Unis-Cité, nous avons organisé plusieurs stands de jeux dédiés au tri des déchets, aux incivilités et à leurs conséquences, tant pour les habitants que pour nos équipes de proximité. Cette démarche a permis de sensibiliser petits et grands tout en renforçant le lien avec les habitants autour d'un projet fédérateur.




28 janv.
Tandem
Beaulieu
(100 participants)

4 fév.
Centre socio Caf
Grâce-de-Dieu
(70 participants)

10 fév.
MJC
Guérinière
(100 participants)

11 fév.
Le Cadran
Chemin-Vert
(30 participants)

ÉLÉMENTS CLÉS DE LA STRATÉGIE

Canaux

- Affiches dans nos halls d'immeuble.
- Encart dans notre journal aux locataires « En contact ».
- Publications sur les réseaux sociaux.
- Courriers aux écoles et centres d'animation des quartiers.





ET APRÈS ?

Les monstres ont commencé à prendre leurs quartiers dans nos résidences, pour le plus grand plaisir des habitants. D'ici fin 2026, nous prévoyons d'en installer sept, et d'autres viendront bien sûr compléter le dispositif l'année prochaine.

Les retours de nos gardiens sont très encourageants et semblent confirmer l'impact positif de ces nudges sur le respect de la propreté dans les espaces communs.





L'IMPACT AU DELÀ DU CONCOURS

Article dans Actualité Habitat



+ de 80 000 de vues sur la vidéo instragram dédiée

Voir la vidéo



Un bailleur social d'Angers nous a contacté pour faire la même campagne.

POUR EN SAVOIR +
Facebook / LinkedIn / Instagram : Caen la mer Habitat