

**LE POINT SUR LA FILIÈRE REP DASRI**

**647,5 tonnes de DASRI-PAT collectés en 9 mois**

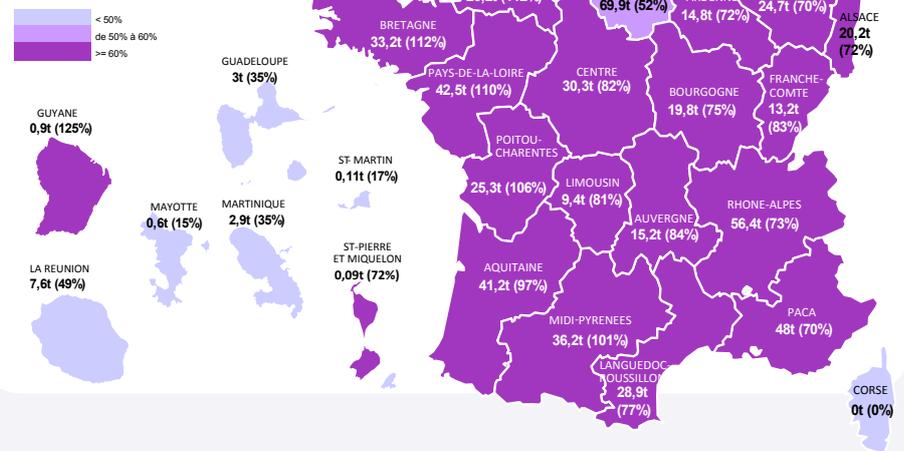
**76 % du gisement de la période**

**COLLECTE 9 MOIS : 76 % DES DASRI COLLECTÉS**

À fin septembre, la progression régulière de la collecte des DASRI, constatée au fil des mois à l'échelle nationale, se confirme. Désormais, ce sont plus des 3/4 des déchets de soins perforants qui sont effectivement triés, apportés sur l'un des 15856 points de collecte du réseau DASTRI et traités. Soit +11 points comparé au résultat à fin septembre 2015. Sur un an, la quasi-totalité des régions de métropole améliorent leur performance, dans des proportions variables allant de

+39 points en Franche-Comté à +3 points en Languedoc-Roussillon. En outre-mer, l'amélioration est particulièrement significative à St-Pierre-et-Miquelon, où le taux de collecte (72% à fin septembre) a rejoint la moyenne nationale. En Corse, la reprise de la collecte est prévue fin novembre. Des résultats globalement encourageants, qui reposent sur l'engagement des pharmaciens - depuis 2013, près de 7 millions de boîtes à aiguilles ont été distribuées via le réseau officinal - et celui des patients.

**COLLECTES 2016 POIDS PAR RÉGION JANVIER À SEPTEMBRE 2016**

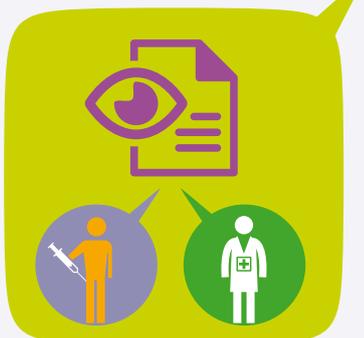


**OPÉRATION COMMANDO DANS LE 9.3**

Si les résultats progressent globalement à l'échelle nationale et régionale, de vraies différences se font jour lorsque l'on affine l'analyse territoriale. Exemple enÎle-de-France : un taux de collecte Région de 52% à fin septembre, soit +6 points en un an, mais de seulement 27,5% en Seine-Saint-Denis. C'est toute l'équipe DASTRI qui s'est donc mobilisée pour convaincre des pharmacies de devenir point de collecte, avec l'objectif de rendre le geste de tri encore plus simple

pour les patients de ce département. En l'espace de 7 jours - du 23 au 31 août - les 9 collaborateurs de l'éco-organisme ont visité près de 200 pharmacies pour convaincre ces professionnels. Résultat : avec 74 nouveaux PDC, le réseau DASTRI compte désormais 237 pharmacies point de collecte en Seine-Saint-Denis, soit plus d'une officine sur deux (56%) à l'échelle du département (vs 66% à l'échelle nationale). Un bel exemple de travail d'équipe dans un territoire prioritaire.





**62%**  
des pharmaciens



identifient  
les traitements  
qui nécessitent  
une boîte  
à aiguilles



## TROISIÈME VAGUE DES BAROMÈTRES DASTRI-IFOP PATIENTS ET PHARMACIENS : LA PÉDAGOGIE DU TRI DOIT SE POURSUIVRE

La troisième enquête conduite par DASTRI en septembre 2016 auprès d'un échantillon représentatif de patients en auto-traitement est une nouvelle fois riche d'enseignements :

- 87% des patients trient leurs déchets perforants et les stockent dans un contenant dédié. Mais encore 11% d'entre eux les jettent en vrac avec leurs ordures ménagères (contre 12% en 2015). Le pourcentage des « non trieurs » est plus élevé en région parisienne qu'en province, chez les jeunes de moins de 35 ans et chez les patients hommes que chez les femmes.
- Par ailleurs, 16% des patients ne vont pas jusqu'au bout du geste de tri : après avoir stocké leurs déchets dans un contenant dédié, ils jettent celui-ci dans les ordures ménagères (10% vs 7% en 2015) ou dans la poubelle consacrée au tri sélectif (6% vs 4% en 2015). Conclusion : la pédagogie du tri doit se poursuivre et s'affiner, selon les profils des patients et les territoires, pour faire évoluer les comportements des « réfractaires ».
- Pour la première fois en 2016, l'enquête a permis d'approfondir le sujet du lieu de stockage des boîtes chez les patients et

leur perception concernant les contenants DASTRI. Sur le premier point, et de façon logique, l'enquête révèle que les lieux privilégiés sont la cuisine et la salle de bains (61 % en cumulé). Sur le second point, une majorité de patients (51%) considèrent que les boîtes DASTRI leur conviennent. La principale suggestion d'évolution porte sur le système de fermeture (cité par 30% de l'échantillon concerné).

Quant aux pharmaciens, leur engagement ne se dément pas. Un nombre croissant d'entre eux identifient les traitements qui nécessitent la délivrance d'une boîte à aiguilles (62%, soit + 7 points par rapport à 2015). Ils sont de plus en plus nombreux à s'informer sur la filière via le site internet de DASTRI (+ 6 points) et prêts à s'investir, dans des proportions différentes selon les supports proposés, dans des actions spécifiques d'information des patients : mise à disposition en libre-service de kits de communication sur la gestion des DASRI (70%), réalisation de vitrine éphémère (47%), participation ponctuelle à un événement (42%).

## POUR TRIER CE QUI PIQUE, CES BOÎTES SONT SYSTÉMATIQUES

La campagne publicitaire d'automne de DASTRI a donc privilégié l'Ile-de-France - où le travail de conviction à mener pour faire changer les comportements reste important -, avec un dispositif en deux volets :

- Une campagne d'affichage sur 57 faces réparties aux portes de Paris du 11 au 17 octobre,
- Une opération print et street marketing le 13 octobre : publicité pleine page dans 20 minutes Grand Paris et distribution de 25 000 leaflets sur 42 points de diffusion

(stations de métro) par 42 colporteurs habillés aux couleurs de DASTRI.

Ce dispositif a été complété par un spot radio diffusé du 5 au 15 octobre sur les 44 stations du réseau France bleu et par une campagne de bannière du 1<sup>er</sup> au 15 octobre sur des sites internet de presse quotidienne régionale.

Message de la campagne : associer les piquants et les boîtes jaunes à couvercle vert car « pour trier ce qui pique, ces boîtes sont systématiques ».

### POUR CONTACTER DASTRI

Déléguée Générale  
**Laurence Bouret**  
laurence.bouret@dastri.fr

Responsable communication  
**Marine Feniou**  
marine.feniou@dastri.fr

### À NOTER DANS L'AGENDA

**22-23 OCTOBRE** : DASTRI était présent à Nantes au 69<sup>e</sup> Congrès des pharmaciens

**14 NOVEMBRE** : à l'occasion de la Journée mondiale du diabète, les associations adhérentes à la FFD étaient invitées à animer des sessions d'information patients sur la base du matériel fourni par DASTRI : nouveaux modèles de boîtes à aiguilles, affiches et cartes mémo.

**20 NOVEMBRE** : DASTRI était partenaire de l'AJD qui a fêté le 60<sup>e</sup> anniversaire de sa création à la Cité des sciences et de l'industrie. 25 % des nouveaux cas de diabète de type 1 se déclarent chez des enfants de moins de 5 ans.