Promotion du Stop Pub

expérience exemplaire

Syndicat Mixte du Pays de Sarrebourg

Auteur :

5 Terrasse Normandie - ZAC des Terrasses de la Sarre - CS 70

57403 SARREBOURG CEDEX

Voir le site internet

Nadia Villemin

n.villemin@pays-sarrebourg.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Mi 2011, d'après les données de comptage de Médiapost (obtenus par demande de devis Municipost et distribution toutes boîtes classique) :

- **1817** foyers de l'Arrondissement étaient équipés de Stop pub (env. 6% des foyers)

La composition moyenne nationale des imprimés non sollicités en 2007 est de :

- 55 % grandes surfaces
- 18 % journaux gratuits d'annonces
- 13 % autres réseaux (banques, franchises, immobilier, automobiles ...)
- 11 % publications des collectivités locales
- 3 % commerces locaux et associations

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Inciter les habitants à refuser les prospectus publicitaires (à savoir que les foyers de l'Arrondissement en reçoivent environ 35 kg/an).
- Inciter les enseignes les plus génératrices de publicité à réaliser des mailings adressés sur abonnement en lieu et place de la distribution toutes boîtes.

Résultats quantitatifs

Résultats de la 1ère phase de diffusion :

- **1738 STOP PUB supplémentaires** en place d'après les données de comptage de Médiapost de **2014 (soit passage de 6% à env. 12% des foyers pris en compte par La Poste).**
- A raison de 35 kg / foyer / an de prospectus par boîte aux lettres (source : Ademe), cela représente **60 tonnes d'évitement**

Résultats de la diffusion en partenariat avec les boulangeries :

- V**isualisation d'un très fort intérêt de la part de la clientèle des boulangeries**, qui ont un présentoir Stop Pub (les effets de la diffusion en boulangerie ne sont pas encore comptabilisés)

Résultats qualitatifs

- Autocollants Stop Pub imprimés avec lamination anti-UV, ce qui garantie une durée de vie de plusieurs années (5 à 7 ans); actuellement, les Stop Pub en place ne présentent aucun signe d'usure (pas de décoloration).
- Format de l'autocollant : 80 x 50 mm, qui permet l'apposition du Stop Pub sur le clapet des petites boîtes aux lettres.

MISE EN OEUVRE

Planning

2013 :

- Création et impression de 10 000 autocollants « stop pub » et de 250 présentoirs en carton édités pour les lieux de diffusion (mairies & boulangeries)
- Diffusion de présentoirs et d'autocollants aux Communauités de Communes adhérentes pour les transmettre aux 103 Mairies dans le cadre des réunions de conseils communautaires et aux boulangeries (or, les Communautés de Communes ne sont guère aller à la rencontre des boulangeries)

2014 :

- Réedition de 5 000 autocollants Stop Pub
- Visite en porte-à-porte d'une dizaine de boulangeries par le pôle déchets pour leur proposer un présentoir de Stop Pub, avant la SERD

2015 :

- Réedition de 5 000 autocollants Stop Pub
- Poursuite des visites en porte-à-porte des boulangeries du territoire

Moyens humains

- 0,1 ETP CMP

Moyens financiers

- 4 100 € TTC

Moyens techniques

- 20 000 autocollants « stop pub » édités / pour 30 000 foyers sur le territoire
- 250 présentoirs en carton édités pour les lieux de diffusion (mairies & boulangeries)
- Visite en porte-à-porte des boulangeries du territoire pour leur proposer un présentoir de Stop Pub

Partenaires mobilisés

- Les Communautés de communes adhérentes au syndicat ;
- Les Mairies ;
- Les boulangeries et quelques coiffeurs ;
- La Poste et Direct la Distribution.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Difficultés rencontrées

- Mobiliser les commerces locaux (non émetteurs de publicité) pour la mise à disposition des Stop Pub,
- Suivi des indicateurs de résultat via des demandes de devis à Médiapost (Comparaison des quantités prévues en Municipost et en distribution toutes boîtes classique), ce qui permet d'avoir la visibilité des nombres d'impressions que prévoient les distributeurs pour une diffusion de prospectus sur le territoire.
- Incitation d'un distributeur local à proposer une distribution en toutes boîtes - dont les boîtes avec Stop Pub

Recommandations éventuelles

- Distribution des publications des calendriers de collecte (ou autres publications intercommunales) via les élus municipaux pour les villages

---

Mots clés

MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Admin SAPSI
tma.drupal@ademe.fr
Direction régionale toutes les régions