Stop Pub

SICTOM du Sud-Gironde

Auteur :

5 Rue Marcel Paul
Za de Dumès
33210 Langon
Voir le site internet
Julie Minez
j.minez@sictomsudgironde.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Une action Stop Pub complète vise à réduire les déchets de papiers graphiques sur le territoire par la réalisation d'un état des lieux, la distribution de l'autocollant Stop Pub et la régulation de la diffusion de ces imprimés. Pour obtenir une bonne réussite de l'opération, il est également fondamental d'avoir une bonne communication et un argumentaire clair. Il est par ailleurs indispensable de réaliser une concertation avec l'ensemble des acteurs affecté par le Stop Pub, autrement dit les annonceurs de publicité et autres imprimés non adressés, les distributeurs, ainsi que les élus, afin de les impliquer dans la démarche et de les informer des avancées.

Les différentes étapes de mises en place du Stop Pub sont :

- Identification des acteurs locaux,
- Relevé des modes de distribution,
- Evaluation du taux initial d'équipement des boîtes aux lettres,
- Connaissance des flux d'INA reçus,
- Estimation des déchets d'INA collectés et traités.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif prioritaire d'une opération Stop Pub n'est pas de supprimer la publicité mais doit être d'une part, d'assurer que 100% des foyers ne souhaitant pas recevoir d'INA soient satisfaits, évitant ainsi le gaspillage et le coût que constitue leur élimination immédiate sans la moindre consultation et, d'autre part, réaliser un travail de concertation avec les annonceurs et les diffuseurs pour réajuster les impressions en fonction du taux de Stop Pub apposés.

Grâce à l'état des lieux initial, il s'agit de faire ressortir des pistes de progrès et d'évaluer le gisement potentiel pour adapter les moyens à déployer et fixer des objectifs réalistes pour que l'action soit efficace. Des indicateurs d'activités et d'impacts seront suivis tout le long de l'action

Résultats quantitatifs

On estime à 9,90 kg/habitant/an la quantité de déchets d'INA qui ont été éliminés dans les ordures ménagères résiduelles soit 574,36 tonnes/an.

D'après notre état des lieux, 19,8% des foyers du territoire ont un Stop Pub ou équivalent, autrement dit 80,2% ne l'ont pas, ce qui représente 20 825 foyers. Ainsi, 10 829 d'entre eux, soit 52%, pourraient être prêt à renoncer aux publicités.

Résultats qualitatifs

L'envoi d'un courrier aux annonceurs et diffuseurs les informant de cette opération, nous a permis de la mener sans soucis particuliers.

MISE EN OEUVRE

Planning

Opération menée durant l'été 2014.

Nouvelle mesure des taux d'équipement surant l'été 2016.

Moyens humains

Au niveau des moyens humains, cette action ne requiert pas d'importants moyens. Un stagiaire a malgré tout été recruté en partie pour le lancement de la première année de l'opération Stop Pub.

Le temps de mobilisation est plus important en première année pour la réalisation de l'état des lieux complet, de la concertation, et du cahier des charges du Stop Pub :

- Etat des lieux (identification acteurs, modes de diffusion, flux INA) : 4 jours
- Evaluation taux d'équipement (préparation stratégie, relevé terrain, interprétations des résultats) : 6 jours
- dentification des pistes de progrès, des objectifs et des moyens : 4 jours
- Concertation : 3 jours
- Réalisation du Stop Pub (Cahier des charges, devis, demande d'impression) : 5 jours
- Communication (document d'accompagnement courrier, article de journaux) : 1 jour
- Préparation envoi / mise à disposition dans les collectivités : 5 jours
- Suivi indicateurs / bilan opération : 2 jours

Total de 210 heures de mobilisation pour la première année soit légèrement plus que l'objectif initial (189h).

Deuxième année de l'action Stop Pub :

- Préparation de la diffusion et demande d'impression : ½ journée
- Préparation envoi / mise à disposition dans les collectivités : 3 jours
- Suivi indicateurs / bilan opération : ½ journée

Total de 28 heures (objectif initial)

2016 :

- Préparation de la diffusion et demande d'impression : ½ journée
- Distribution en porte à porte / mise à disposition dans les collectivités : 4 jours
- Evaluation taux d'équipement (relevé terrain, interprétations des résultats) : 3 jours
- Suivi indicateurs / bilan opération : ½ journée

Total de 56 heures (objectif initial)

Moyens financiers

Conception et réalisation du graphisme du Stop Pub : 100€

Conception et réalisation d'un mailing A4 : 245€

Impression de 5 000 Stop Pub : 325€

Impression de 30 000 mailings : 4 515€

Moyens techniques

-

Partenaires mobilisés

Annonceurs et diffuseurs

Collectivités adhérentes

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Oui

Difficultés rencontrées

-

Recommandations éventuelles

Toujours prendre en compte en amont les annonceurs et les diffuseurs

---

Mots clés

MENAGE | CONSOMMATION DURABLE | PAPIER

Dernière actualisation

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

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

admin AW
alexandre.bonne@smile.fr
Direction régionale toutes les régions