Opération "STOP PUB"

expérience exemplaire

Sevadec

Auteur :

Bp 20
281, Rue Jacques Monod
62101 Calais
Voir le site internet
Nicolas Landry
nlandry@sevadec.com

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

La campagne locale de caractérisations des ordures ménagères résiduelles réalisée en 2011, complétée par les résultats des collectes sélectives, nous a permis d'évaluer la part des Imprimés Non Sollicités distribués dans les boîtes aux lettres. Ils représentent environ 24 kg par an et par habitant. De plus l'enquête sur les habitudes de consommations réalisée auprès des habitants cette même année a mis en évidence un manque de visibilité générale du dispositif Stop Pub auprès des habitants.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Taux d'équipement des boîtes aux lettres de 15% d'ici 2015.

Mise à disposition de l'autocollant Stop Pub dans les lieux publics sur demande (avec un registre) et non de manière systématique. L'objectif est la mise à disposition de l'autocollant dans 32 lieux publics.

Suivre des familles témoins avant et après apposition de l'autocollant Stop Pub afin de mesurer l'impact du dispositif sur la diminution des INS, de vérifier le respect de l'autocollant et la tenue temporelle de celui-ci.

Améliorer l'efficacité du Stop Pub en habitats verticaux.

Sensibiliser les distributeurs et les annonceurs.

Connaître précisément le nombre d'autocollants apposés afin de permettre aux annonceurs de dimensionner le nombre d'imprimés.

Améliorer l'information et la sensibilisation sur l'existence et l'intérêt du dispositif et sur les alternatives à la publicité écrite.

Pérenniser, suivre l'évolution et évaluer le dispositif (évolution des tonnages, évaluer la satisfaction des foyers équipés de l'autocollant sur le respect, la tenue de l'autocollant, l'arrachage, etc.)

Remplacement de la mention « Pas de PUB SVP » inscrite en manuscrit sur les boites aux lettres par un autocollant officiel (qui sera lui respecté)

Résultats quantitatifs

A fin 2012

Nombre de points de distribution = 32

Pourcentage de foyer équipés = 5.5% (environ 47 kg/foyers/an. évités)

Nombre de boîtes aux lettres témoins = 18 (un suivi a été réalisé lors de la mise en place de l'action. Au total, les boîtes aux lettres témoins se remplissaient à hauteur de 47kg/an/foyer d'imprimés non sollicités. Après

l'apposition de l'autocollant STOP PUB sur celles-ci, nous avons remarqué le respect de l'étiquette par les distributeurs)

Degré de satisfaction des participants = 100 %

A fin 2013

Nombre de points de distribution = 35

Pourcentage de foyer équipés = 7.09%

Afin 2014

Nombre de points de distribution = 35

Pourcentage de foyer équipés = 8.44%

A fin 2015

Nombre de points de distribution = 36

Pourcentage de foyer équipés = 9.22%

(environ 47 kg /foyer /an évités)

20 boîtes aux lettres témoins

100 % satisfaction des participants

Retour aux annonceurs reste à faire.

Résultats qualitatifs

Degré de satisfaction des participants (points de distribution et foyers équipés) = 100 %

Les structures et les collectivités acceptent et sont en demande pour cette action.

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

Plusieurs axes d'action ont été mis en place

- Améliorer la visibilité du dispositif

Information et sensibilisation sur l'existence et l'intérêt du dispositif et sur les alternatives à la publicité écrite par la création de **plaquettes**, une **campagne d'affichage**, des **communiqués** dans les journaux et l'utilisation des **supports relais** (panneaux lumineux, journaux des communes…).

Remplacement de la mention « Pas de Pub SVP » inscrite en manuscrit sur les boites aux lettres par un **autocollant officiel** (meilleur respect)

- Faciliter l'accès au stop pub, impliquer des familles

Le Stop-Pub est remis sur **demande** (avec un **registre**) et non de manière systématique dans **36 lieux publics** répertoriés sur une **Google Map.** http://g.co/maps/z3tt7

Une distribution a été réalisée au **porte à porte** dans une commune par des jeunes en service civique.

Un appel à « familles témoins » a permis de recruter **20 foyers témoins** permettant un suivi avant et après apposition de l'autocollant Stop-Pub afin de mesurer l'impact du dispositif sur la diminution des INS, de vérifier le respect de l'autocollant et la tenue temporelle de celui-ci.

- Sensibiliser les distributeurs et les annonceurs et les **informer sur le nombre précis d'autocollant apposés** afin de permettre aux annonceurs de dimensionner le nombre d'imprimés.

- Evaluer et suivre l'opération pour la pérenniser :

Sont suivis **l'évolution des tonnages**, la **satisfaction** des foyers équipés de l'autocollant sur le **respect, la tenue de l'autocollant, l'arrachage,** etc.

Planning

Décembre 2011

Devis pour l'achat des autocollants Stop Pub

Création d'une base de données

Création d'une fiche pratique - Points de distribution -

Janvier 2012

Communiqué de presse dans deux journaux locaux – Lancement du recrutement des foyers témoins

Commande de 10 000 autocollants Stop Pub

Création d'une charte et d'un dossier explicatif pour les foyers témoins

Février 2012

Démarrage de la mise en place de points de distribution

Création d'affiches pour les points de distribution

Création d'une carte Google Map répertoriant les points de distribution (lien pouvant être insérer sur les sites web)

Utilisation de supports relais et de communication (Journaux des communes, presse, panneaux lumineux, site web, etc.)

Mars 2012

Distribution en porte à porte par des jeunes en service civique sur une commune

Juin – Août 2012

Rencontres avec les mairies

Moyens humains

Equipe prévention : 3 personnes

Points de distributions

Foyers témoins

Moyens financiers

Environ 9 000 euros (Année 1 & Année 2)

Moyens techniques

Base de données informatique pour les points de distribution et les foyers témoins

Carte Google map : https://maps.google.fr/maps/ms?msid=215939848533904115248.0004b61937e16f06654d8&msa=0&ll=50.959292,1.983032&spn=0.218411,0.676

Registre de suivi pour les points de distribution et pour les foyers témoins

Impression d'affiches pour les points de distribution et mise à disposition des autocollants

Partenaires mobilisés

ADEME

Les collectivités

UFC Que Choisir

Auchan

Unis-Cité

Les habitants du Pays du Calaisis

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Carte Google Map réalisé afin que la population sache où trouver le STOP PUB

La gratuité de l'autocollant

Distribution de l'autocollant sur demande avec un suivi et non systématique

Recommandations éventuelles

Engager une bonne communication sur le dispositif et maximiser les moyens de communication

Travailler en collaboration avec les diffuseurs et les annonceurs afin de récupérer un maximum d'informations et de réaliser une action pérenne et en cohérence avec le territoire

---

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

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions