# Réduction des prospectus Publicitaires

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

## CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

**Communauté d'Agglomération Tours Plus**
60 Avenue Marcel Dassault
Cs 30651
www.agglo-tours.fr

BARTHELEMY
Julie
Outre Mer
julie.barthelemy@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, , ADMINISTRATION PUBLIQUE, PAPIER, CENTRE DE TRI

## CONTEXTE

### Description du contexte de l'action:

Nos boîtes à lettres se trouvent souvent remplies par des prospectus, des publicités ou des journaux gratuits. Ces imprimés non sollicités représentent en moyenne chaque année 40 kg/hab/foyer (données boites à lettres témoins Tour(s)plus). Le simple geste d'apposer une étiquette Stop à la Pub permettrait de réduire la distribution de ces publicités mais également et surtout leur production.

## OBJECTIFS ET RÉSULTATS

### Objectifs généraux:

- 20% de nouveaux foyers équipés d'un Stop Pub
- Baisse de production des annonceurs publicitaires.
- Baisse des tonnages
- Inciter à la dématérialisation

### Résultats quantitatifs:

Nous sommes passés de 15 393 étiquettes stop pub d'apposés sur les boîtes à lettres en 2011 à 24 393 en 2015 soit un taux d'apposition qui est passé de 11 % à 16,4 %.

Nous avons également constaté une baisse du tonnage des papiers entrant au centre de tri de 1.5% entre 2011 et 2015.

### Résultats qualitatifs :

Nous avons travaillé sur le respect du Stop Pub par les distributeurs, en leur envoyant à tous des

courriers officiels, leur stipulant de bien respecter l'étiquette Stop Pub et donc la volonté des usagers de ne pas recevoir d'imprimés non solicités.

## MISE EN OEUVRE

### Planning:

| Etape | Réalisation |
|---|---|
| Recensement du nombre de boîtes à lettres déjà équipées d'un stop pub | février 2011 |
| Création et édition de stop pubs | 2010 |
| Mise en place de boite à lettres témoins | Avril à Décembre 2011 |
| Mise à disposition des stop pubs en mairie, commerce de proximité | Septembre 2012 |
| Prise de contact auprès des distributeurs pour informer des quantités de stop pub apposés pour qu'ils mettent à jour leurs nombres d'imprimés et pour que les stop-pub soient respectés | 2013 |
| Prise de contact auprès des annonceurs et enseignes émettant de la pub pour leur indiquer les quantités de stop pub distribués et qu'ils ajustent les quantités de prospectus éditées, et privilégient la dématérialisation | 2013 |

### Année principale de réalisation:

2011

### Moyens humains :

Comité de pilotage PLP

Chargé de mission PLP

Société GOODBY

### Moyens financiers :

Le coût des étiquettes Stop Pub pour Tour(s)plus s'élève à 3 600 €.

### Partenaires moblisés :

- La Poste
- Mairie
- Commerces de proximité
- Touraine Propre
- Distributeur ADREXO

## VALORISATION

### Facteurs de réussite :

Reproductible très facilement.

Nous avons décidé en 2016 de continuer à alimenter les mairies et commerces de proximité qui le désiraient en étiquettes Stop Pub, mais nous répondons en parallèle aux demandes arrivées par mail à Tour(s)plus afin d'envoyer les étiquettes "Stop Pub" par voie postale aux usagers.

### Difficultés rencontrées :

Création d'une étiquette Stop Pub à l'image de la campagne de communication "Nos Actions ont du Poids" et donc unique sur notre territoire.

Sensibilisation de la population au bien fondé du Stop Pub  par l'intermédiare d'une campagne d'affichage.

Type de programme :
Programme Local de Prévention

## DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.