
Evaluation opération Stop Pub

Métropole Aix Marseille Provence

Le Pharo
58, Boulevard Charles-livon
13007 Marseille

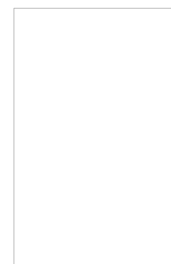
[Voir le site internet](#)

Auteur :

Vincent Ochier

vincent.ochier@ampmetropole.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE

Marseille Provence Métropole a défini un plan d'action 2010-2015 pour réduire ses déchets et améliorer ses performances de tri. Un programme de prévention des déchets a été signé avec l'ADEME en novembre 2011.

Ce programme prévoit la mise en oeuvre de plusieurs actions de prévention d'ici 2016 dont le déploiement de l'autocollant Stop pub sur le territoire. Afin d'évaluer l'impact de cette opération plusieurs boîtes aux lettres témoins ont été identifiées et un travail avec les distributeurs volontaires a été réalisé.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Le travail en partenariat avec les diffuseurs doit permettre de valider le respect de l'autocollant.

Les boîtes aux lettres témoins permettent d'évaluer l'impact quantitatif de l'autocollant ainsi que le respect par les diffuseurs.

Résultats quantitatifs

Impression de 30 000 exemplaires de l'autocollant à l'automne 2013 et de 23 000 exemplaires en début 2014 pour une diffusion via les Mairies, les antennes de MPM et les lieux d'accueil du public de la collectivité.

Pour les boîtes aux lettres témoins, la recherche de volontaires s'est appuyé sur les agents de la collectivité, les participants des réunions sur le Plan Climat, le conseil de développement de MPM ainsi que toutes les associations partenaires.

34 volontaires se sont fait connaître. Après 4 mois de suivi (1 mois de pesée des prospectus non sollicités avant mise en place de l'autocollant et 3 mois après mise en place), 15 évaluations sont exploitables.

Globalement on constate un écart important des gisements de prospectus non sollicités en fonction des zones suivies : entre 15 et 32 kg/foyer/an. La mise en place de l'autocollant Stop Pub permet de réduire en moyenne de 24 Kg/foyer/an avec un respect très bon de la présence de l'autocollant.

Résultats qualitatifs

Bon respect de l'autocollant par les diffuseurs

MISE EN OEUVRE

Planning

1. Réunion avec diffuseurs et annonceurs en mars 2013
2. Identification des boîtes aux lettres témoins en juin 2013
3. Création support puis impression courant septembre 2013
4. Promotion via le journal MPM + envoi d'un courrier informant les Mairies de la disponibilité de ce support en nombre. Mise à disposition des habitants dans les lieux publics.
5. Evaluation boîtes aux lettres témoins en février 2014

Moyens humains

Direction de la communication : chargé de com + infographiste sur 2 jours

DGS : suivi de l'opération par 2 personnes sur au global 10 jours

Moyens financiers

Coût d'impression : 15 000 euros

Moyens techniques

1 infographiste

Partenaires mobilisés

Adrexo

Auchan

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Oui

Difficultés rencontrées

Support accompagnant le stop pub présentant la démarche de réduction des prospectus et le recyclage.

Recommandations éventuelles

Chercher à informer le maximum de relais du projet : annonceurs, diffuseurs, associations, Mairies,... afin de limiter les "blocages" éventuels.

Mots clés

SIGNALETIQUE | MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Bernard VIGNE

bernard.vigne@ademe.fr

Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur