

---

## 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](mailto: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](http://optigede.ademe.fr)

sous la responsabilité de son auteur

## Contact ADEME

Bernard VIGNE

[bernard.vigne@ademe.fr](mailto:bernard.vigne@ademe.fr)

Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur