
Campagne stop pub

Syndicat Mixte de Transport et de Traitement des Déchets de

Avenue St Remy

Mairie

57600 Forbach

[Voir le site internet](#)

Aurélie Grimmer

a.grimmer@sydeme.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)

Auteur :



CONTEXTE

Le Sydeme, porteur du programme local de prévention déchets pour ses 14 collectivités adhérentes, s'est engagé à développer des outils et supports de communication spécifiques à la thématique de la prévention des déchets. Le but est de modifier les comportements en agissant de manière éco-responsable : jeter moins et trier toujours plus ! Une des premières actions de sensibilisation mises en place est la diffusion d'un autocollant Stop-Pub qui permettra aux utilisateurs de refuser le flot de prospectus non désirés distribués en boîtes aux lettres.

35 kg : c'est la quantité moyenne des imprimés publicitaires gratuits non adressés que chaque foyer reçoit chaque année en boîtes aux lettres sur le territoire français selon l'Ademe*. Même si beaucoup de Français apprécient ces imprimés, d'autres ne désirent pourtant pas les recevoir.

C'est pourquoi la distribution de ces autocollants n'a pas été prévue de façon systématique (envoi postal aux foyers du territoire ou distribution lors des permanences de redotations de sacs multiflux) mais uniquement sur demande de l'utilisateur. Cet autocollant mentionne néanmoins le souhait de continuer à recevoir les publications des collectivités (ex : le journal du SYDEME "Trions, valorisons...").

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

En 2012-2013, avant le lancement de la campagne stop pub du Sydeme, 11 % des boîtes aux lettres du territoire étaient déjà munies de stop pub.

L'objectif pour 2014-2016 est d'équiper 20 % des boîtes aux lettres en autocollant stop pub.

Résultats quantitatifs

2 000 autocollants stop pub ont été distribués en octobre 2013 aux 14 collectivités adhérentes et ils ont répartis sur les 293 communes du Sydeme.

L'ensemble des foyers du territoire du Sydeme ont la possibilité de récupérer gratuitement un autocollant stop pub en mairie ou en collectivité pour l'apposer sur leur boîte aux lettres.

Résultats qualitatifs

- Satisfaction des usagers
- Accès facile et rapide aux autocollants stop pub pour les usagers
- Développement du nombre de boîtes-aux-lettres stop pub sur l'ensemble du territoire

MISE EN OEUVRE

Planning

- **Mars 2013** : réunion technique avec les 14 collectivités /Brainstorming
- **Juin 2013** : choix du graphisme
- **Juillet 2013** : conception des autocollants et du marque page, leur support de distribution.
- **Septembre-décembre 2013** : distribution des autocollants stop-pub aux 14 collectivités adhérentes au Sydeme ; diffusion aux médias, dans les journaux des collectivités, sites internet...

Moyens humains

- Service communication pour la réalisation du support
- 12 ambassadeurs du tri pour la distribution du support aux collectivités adhérentes
- Personnel des 14 collectivités adhérentes et des 293 communes pour la distribution directe aux usagers du territoire
-

Moyens financiers

- Conception de l'autocollant : **250 € HT**
- Impression de 200 000 exemplaires : **5 000 € HT**

Moyens techniques

Réunion technique des intercommunalités pour travailler en amont sur la conception du support.

Une agence de communication s'est chargée de la réalisation du support.

Un imprimeur s'est chargé de l'impression sur papier vinyle.

Le service communication du Sydeme s'est chargé de diffuser l'information aux médias et relais d'information sur le territoire.

Partenaires mobilisés

Services des collectivités adhérentes et services des mairies pour la distribution des autocollants aux usagers.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Action reproductible sur tous les territoires.

Difficultés rencontrées

Autocollant très apprécié pour son graphisme, ses couleurs dynamiques, sa taille idéale et sa résistance.

Recommandations éventuelles

Prévoir un autocollant vinyle adapté pour l'extérieur avec une garantie minimale de 5 ans.

Prévoir un film de protection anti UV sur l'autocollant.

Communiquer sur le lancement de la campagne en diversifiant les supports de communication : journal des collectivités, bulletins communaux, sites internet, médias presse, télévision, radio...

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | CENTRE DE TRI | ORGANISATION PROFESSIONNELLE | EMPLOYE | 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