



## Mise en place du Stop Pub

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

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

---

#### **Bordeaux Métropole**

Esplanade Charles de Gaulle

<http://www.lacub.com/>

SAPSI

Admin

ADEME

[tma.drupal@ademe.fr](mailto:tma.drupal@ademe.fr)

Mots-clés: Espace privé MENAGE, PAPIER,

### CONTEXTE

---

#### **Description du contexte de l'action:**

Dans le cadre de la mise en oeuvre de son Programme local de prévention des déchets, la Communauté urbaine de Bordeaux a procédé à la réalisation et à la distribution d'autocollants Stop Pub.

Cette distribution est intervenue après la réalisation d'une enquête sur le nombre d'autocollants stop pub (d'origines diverses, y compris de simples mentions écrites par les usagers eux-mêmes) apposés sur les boîtes aux lettres de plusieurs quartiers du territoire de la Cub, et dans différents type d'habitat (habitat pavillonnaire, habitat vertical) et sur son respect. Cette enquête a porté sur un échantillon de 450 boites aux lettres.

La distribution du stop pub a été ensuite réalisée via le journal de la Cub (en 402 000 exemplaires).

Une nouvelle enquête a été effectuée dans les mêmes conditions à la suite de cette opération.

La distribution du Stop pub continue aujourd'hui par le biais de la réalisation d'une nouvelle version de "l'aide mémoire du tri" distribuée régulièrement aux habitants (50 000 exemplaires imprimés à ce jour).

Une nouvelle enquête interviendra prochainement pour quantifier les effets de cette opération.

La distribution du stop pub est associée à une grande opération de communication par un affichage d'un message stop pub sur les bennes de collecte. En outre, des affiches sont disposées périodiquement sur le réseau de transport "tram et bus de la Cub".

### OBJECTIFS ET RÉSULTATS

---

#### **Objectifs généraux:**

Page

Atteindre 30% d'utilisation du Stop Pub

### **Résultats quantitatifs:**

Entre la 1ère et 2ème enquête nous avons pu constater une augmentation de 1.7% du nombre de Stop pub apposés

### **Résultats qualitatifs :**

Engagement du prestataire de la Cub à distribuer le Journal de la Cub dans les boîtes aux lettres équipées du Stop Pub.

## **MISE EN OEUVRE**

---

### **Planning:**

Enquête préalable : mai 2013

Distribution du Stop pub via le Journal de la Cub : juillet 2013

Enquête intermédiaire : octobre 2013

Édition de l'aide mémoire du tri : février/mars 2014

Une nouvelle enquête sera menée en octobre/novembre 2014

### **Année principale de réalisation:**

2012

### **Moyens humains :**

- Une équipe de 10 ambassadeurs du tri et de la prévention pour l'enquête.
- Le service communication pour la création graphique du stop pub.

### **Moyens financiers :**

26 500€ pour l'encartage dans le journal de la Cub (405 000 exemplaires) et l'impression du Stop pub

### **Moyens techniques :**

.

### **Partenaires mobilisés :**

Les communes comme relais locaux de la distribution

## VALORISATION

---

### Facteurs de réussite :

Cette action est facilement reproductible

### Difficultés rencontrées :

Pas d'originalité particulière

### Recommandations éventuelles:

S'assurer de la bonne visibilité du Stop pub au sein du journal

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](http://www.optigede.ademe.fr)

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.