



Réduction des quantités de courriers non adressés et des sacs de caisse

Cadre de restitution : Contrat d'objectif territorial

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Sivom de la Saurdrune

Chemin des Carreaux
www.sivom-saurdrune.fr

MATHEVON

Véronique
Occitanie
veronique.mathevon@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé COMMERCE, PREVENTION DES DECHETS, CAMPAGNE D'INFORMATION, PAPIER,, ORDURES MENAGERES RESIDUELLES, CONTENEUR

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

La réduction des imprimés publicitaires et des journaux gratuits non adressés, ainsi que la réduction des sacs de caisse s'inscrit dans la logique du Plan national de prévention des déchets visant à la diminution de la production de déchets.

L'enjeu est donc de diminuer la quantité de papiers et plastiques dans les bennes à ordures ménagère et lors de la collecte sélective. Cela passe par une information et sensibilisation des habitants, une diminution de l'utilisation, voire de l'abandon des sacs de caisse.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

L'objectif, à terme, est une diminution :

- du tonnage résiduel dans les ordures ménagères des imprimés publicitaires et des journaux (l'opération vise 15% des foyers adhérents à l'opération « Stop pub »),
- du tonnage plastique.

Résultats quantitatifs:

Suivi quantitatif des distributions d'autocollants « Stop pub »

Nombre de Stops Pub (SP) distribués par année, saison et/ou type d'opération donnant lieu à la distribution de Stops Pub.

Année 2007

- Automne : Animation 3ème âge = 90 SP
- Hiver : Foyer-témoins = 50 SP

Année 2008

- Printemps-été : Habitat collectif = 1 200 SP
- Printemps du compost = 50 SP
- Compostage individuel = 1 000 SP
- Accueil mairie de Villeneuve-Tolosane = 100 SP
- Mairies pour la Semaine de la Réduction des Déchets = 175 SP
- Mairie de Roques = 100 SP
- Evènementiels divers en continu = 500 SP

- + Distribution aux nouveaux arrivants : 40 SP

47 kg de prospectus en 1 an dans la boîte aux lettres d'une habitante de Frouzin qui a intégralement stocké les publicités reçues du 1er janvier au 31 décembre 2007.

Résultats qualitatifs :

Une plus large diffusion des autocollants Stop pub, outil central de la sensibilisation :

- par la multiplication des lieux de diffusion sur le territoire,
- par la possibilité du téléchargement de l'autocollant à partir du site Internet du SIVOM.

MISE EN OEUVRE

Planning:

- Mise à disposition d'autocollants Stop pub sur les différents points d'accueil du SIVOM de la Saurune et des mairies
- Envoi systématique d'autocollants lors des opérations de communication
- Distribution d'autocollants lors des opérations de sensibilisation / communication sur le terrain
- Téléchargement possible de l'autocollant stop pub sur le site Internet du SIVOM de la Saurune

Actions STOP PUB

- Distribution systématique de l'autocollant Stop pub à tous les foyers des 6 communes, en courrier adressé, en même temps que le guide de tri.
- Distribution aux mairies avec un document d'accompagnement
- Information et communication adaptée auprès des habitants
- Suivi du respect des distributeurs et enquête de satisfaction auprès des habitants

Actions sacs de caisse

- Etat des lieux chez les distributeurs
- Sensibilisation des consommateurs et des distributeurs

Année principale de réalisation:

2007

Moyens humains :

-

Moyens financiers :

1000 € (inscrits au Budget prévisionnel)

Les Stop pub ont été fournis par l'ADEME

Moyens techniques :

-

Partenaires mobilisés :

ADEME

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Oui

Difficultés rencontrées :

Téléchargement possible de l'autocollant Stop pub sur le site Internet du SIVOM de la Saurune

Recommandations éventuelles:

-

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.