



Opération Stop Pub

Cadre de restitution : Contrat d'objectif territorial

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

**Syndicat Mixte pour la Valorisation des
Déchets de Corse**

5 B Rue du Colonel Ferracci
www.syvadec.fr

SAPSI
Admin
ADEME
tma.drupal@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, PREVENTION DES DECHETS, CAMPAGNE D'INFORMATION, PAPIER,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

La publicité non adressée représente en moyenne 40 kg par foyer et par an, soit 1 million de tonnes de papier.

Aujourd'hui, moins de prospectus dans sa boîte aux lettres, c'est possible : pour ceux qui ne lisent pas les imprimés non adressés, et qui désirent ne plus les recevoir, il est possible d'apposer sur sa boîte aux lettres un autocollant mentionnant le refus de recevoir ces imprimés.

L'opération Stop Pub constitue une première opération forte de sensibilisation et de prévention lancée par le SYVADEC nouvellement créé, en "avant-première" d'autres opérations qui seront menées afin d'amener les usagers vers des comportements plus responsables en matière de déchets.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

Le SYVADEC a créé un autocollant Stop Pub régional dont l'objectif est d'atteindre une dotation de 15 à 20 % des foyers équipés, sachant que l'objectif national est de 15 %.

Résultats quantitatifs:

Création et diffusion des différents outils de l'opération :

- 79 000 flyers-stickers (format :10 x 15 cm - Impression : quadri recto-verso),
- 1 000 affiches (format : 40 x 60 cm - Impression : quadri recto),
- 200 chevalets (format : 21 x 29,7 cm - Impression : quadri recto),
- 50 affiches 4x3 (format : 4 x 3 m - Impression : quadrirecto),
- 30 affiches bus (format : 90 x 83 cm - Impression : quadri recto),

Création d'1 site

Réalisation d'1 plan média

Résultats qualitatifs :

La conception du "flyer-sticker" a permis de l'utiliser comme support de diffusion des autocollants Stop pub, mais aussi, comme support d'information et de sensibilisation lié à la problématique de la publicité non adressée.

Diffusion

Pour une efficacité optimale, le SYVADEC a privilégié un accès facilité aux autocollants. A partir du mois de novembre, l'autocollant a été distribué selon trois moyens de diffusion :

- 1 - La mise à disposition dans les lieux publics (mairie, intercommunalités, bureaux du SYVADEC, associations).
- 2 - La mise à disposition sur demande au SYVADEC, directement ou via le site Internet réalisé pour l'opération.
- 3 - Encartage dans un magazine de grande diffusion.

Promotion

Afin de faire connaître au plus grand nombre l'opération Stop pub, la diffusion s'est accompagnée d'un plan média important :

- campagne radio,
- campagne presse,
- campagne d'affichage.

MISE EN OEUVRE

Année principale de réalisation:

2007

Moyens humains :

-

Moyens financiers :

48 000 €

Moyens techniques :

Un ensemble de supports de communication imprimés

Partenaires mobilisés :

ADEME

Office de l'Environnement de la Corse.

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Oui

Difficultés rencontrées :

Un flyer-sticker qui sert à la fois de support d'information et de support de diffusion de l'auto-collant à apposer sur la boîte aux lettres.

Recommandations éventuelles:

Une prochaine étape pourrait être la mise en place d'une concertation avec les professionnels identifiés qui assurent leur promotion avec ce type de publicité.

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.