Statistiques sur les Stop Pub

Communauté de Communes du Pays d'Orne et Moselle

Auteur :

34 Grand'rue
57120 Rombas
Voir le site internet
Juliette Léonard
j.leonard@ccpom.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Le diagnostic du territoire réalisé dans le cadre du programme local de prévention des déchets a mis en évidence un taux de papier important dans les ordures ménagères résiduelles.

D'après les données fournies par La Poste et Médiapost, le taux d'équipement du territoire en autocollant stop pub est de 6 %. Un comptage terrain avec échantillonnage a permis d'obtenir un résultat de 18 % de boites aux lettres équipées.

La CCPOM a donc souhaité initier une opération Stop Pub, afin de réduire les quantités de papier présentes dans les OMR ainsi que dans la collecte sélective.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

5 % supplémentaires de boites aux lettres ayant un autocollant Stop Pub, soit environ 900 foyers.

Évaluation des quantités de publicités reçues sur le territoire (plusieurs boites aux lettres témoin), à comparer au ratio généralement retenu de 35 kg/foyer.

Résultats quantitatifs

47 kg de publicités reçues par foyer par an.

1 000 autocollants retirés par les habitants la première année.

Résultats qualitatifs

Un comptage terrain plus précis que les estimations fournies par Médiapost.

Une phase test "boite aux lettres témoin" permettant de chiffrer les quantités de publicités réellement reçues par un foyer.

MISE EN OEUVRE

Planning

- Boites aux lettres témoin : d'avril à juin 2012, 3 boites aux lettres sur 3 communes différentes.

- Comptage terrain : mai à juin 2012. Comptage du nombre de Stop Pub dans chacune des 13 communes. Échantillonnage : minimum 100 boites comptées par rue, 2 rues différentes dans chaque commune, l'une au centre, l'autre en périphérie.

- Création et impression de l'autocollant : août 2012.

- Courrier d'information aux entreprises de distribution : septembre 2012.

- Diffusion auprès des mairies, avec liste d'émargement : depuis septembre 2012.

Moyens humains

- Animatrice du PLP : 10 jours.

- Ambassadrice du tri : 3 jours.

- 3 collègues volontaires, habitant sur le territoire, pour peser les publicités reçues.

Moyens financiers

- Impression de 3 000 autocollants : 466 €.

Moyens techniques

- Réalisation du visuel de l'autocollant en interne.

Partenaires mobilisés

- Les mairies pour la diffusion des autocollants.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Oui.

Difficultés rencontrées

- L'étape "boites aux lettres témoins" qui permet d'obtenir un ratio propre au territoire.

- Le comptage terrain, qui permet de nuancer les estimations fournies par les distributeurs.

Recommandations éventuelles

- Boites aux lettres témoins : facile à réaliser et très significatif !

Mots clés

MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Contact ADEME

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur

Julien RUARO
julien.ruaro@ademe.fr
Direction régionale Grand Est