# STOP PUB

## Sictom de la Région Montluçonnaise

Auteur :

Rue du Terrier
Givrette
3410 Domérat
Voir le site internet
Séverine Guerrier
severine.guerrier@sictomrm.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

## CONTEXTE

Selon les résultats du MODECOM national appliqué au SICTOM Région Montluçonnaise, le gisement d'imprimés publicitaires représenterait environ 17.9 kg/hab/an.

Il est apparu au cours d'une enquête que 38 % des sondés semblaient intéressés par l'autocollant.

Aussi, nous avons prévue une distribution à plus grande échelle afin de mobiliser la population.

## OBJECTIFS ET RESULTATS

### Objectifs généraux

Réduire le gisement d'imprimés publicitaire par l'apposition d'un STOP PUB sur la boîte aux lettres.

Donner le choix aux personnes ne souhaitant plus recevoir d'imprimés publicitaires.

Sensibiliser les habitants face à cette source de déchets facilement évitable.

Favoriser l'adoption de l'autocollant en communiquant sur son fonctionnement afin de lever les éventuels blocages (possibilité de recvoir les catalogues/bons de réduction par mail, pas de suppression de l'information des collectivités...)

### Résultats quantitatifs

Etat 0 = 12.38 % au 30.12.2012

Distribution à tous les foyers par le biais de l'Infos tri (journal de la collectivité).

Etat en juillet 2013 = 17.54 % de boites aux lettres ayant un autocollant.

*Quantité de déchets évités théoriquement :*

le gisement évitable par habitant est estimé à 16.1 kg/an/hab

Mode de calcul : Quantité de déchets évités (tonnes) = (nbre de foyer X % de boites aux lettres équipées X nbre de personnes par foyer X gisement évitable par habitant) / 1 000

Donc gisement potentiellement évité pour 17.54 % de b.a.l = 276 tonnes

### Résultats qualitatifs

Sensibilisation sur les stands lors de différentes manifestation.

## MISE EN OEUVRE

### Planning

Fin 2012 : réalisation d'un état des lieux initial sur l'utilisation du STOP PUB

Janvier 2013 : distribution à tous les foyers de l'autocollant par le biais de l'Infos tri (journal de la collectivité) avec un article pour expliquer le fonctionnement et sensibiliser

Avril 2013 : Mise à disposition d'autocollants dans les 63 communes de la collectivité

Mai 2013 : Mise à disposition dans 12 commerces de proximité

Juillet 2013 : Etat des lieux suite à distribution avec la poste

### Moyens humains

ETP (équivalent taux plein) = 0.07 %

### Moyens financiers

Budget global = 10 248 €

Outils = 3 700 €

Moyens humains : 6 548 €

### Moyens techniques

63 communes

12 commerces de proximité

### Partenaires mobilisés

La poste

Les mairies

Les commerces de proximité

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

rediffusion de l'autocollant à grande échelle pour toucher un maximun de gens et pallier au x déménagement et/ou à l'usure des autocollants

### Difficultés rencontrées

neant

### Recommandations éventuelles

Bien communiquer avec le distributeur (la poste pour nous) pour que l'autocollant soit bien respecter. Trop souvent les personnes ayant apposé un autocollant ne recoivent pas les informations des collectivités. Il est donc important de faire remonter toutes les informations pour que les distributions s'améliore.

---

### 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

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions