Diffusion de l'autocollant "Stop Publicités"

Dunkerque Grand Littoral - Communauté Urbaine

Auteur :

Pertuis de la Marine
Bp 85530
59386 Dunkerque cedex 1
Voir le site internet
Joachim Deketer
joachim.deketer@cud.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Suite à la mise en place de la charte de gestion des déchets en 2006, suivi par le projet "reduce" en 2008, puis en 2010 par la signature du Programme Local de Prévention des déchets, la Communauté urbaine de Dunkerque s'est engagée dans une vaste démarche de réduction des déchets à la source.

Dès 2008, une charte visant au "respect du Stop Publicité" a été signée par le Président de la Communauté urbaine de Dunkerque et les distributeurs locaux.

Afin de sensibiliser la population au "Stop Pub", l'autocollant est systématiquement proposé lors de :

1) la sensibilisation des habitants

2) l'intégration de nouvelles communes entrant dans la Communauté Urbaine de Dunkerque

3) l'accueil des nouveaux arrivants sur le territoire

4) la mise à disposition dans les accueils des mairies, bailleurs, offices de tourisme ...

5) l'envoi par courrier au domicile suite à une demande sur le site internet de la Communauté urbaine de Dunkerque : dunkerquegrandlittoral

La population de la Communauté Urbaine de Dunkerque, suite à l'intégration des communes de Spycker et de Ghyvelde, est de 207 018 habitants.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

La quantité d'imprimés non sollicités représente, annuellement, 35 kg par foyer ou 15 kg par habitant.

15 % des foyers seront équipés d'un autocollant "Stop Pub" d'ici 2015.

Résultats quantitatifs

En 2008, 4,4 % des foyers ont apposé un autocollant "Stop Publicités" soit 3 250 boîtes aux lettres.

En 2012, l'enquête effectuée par la société Médiapost porte ce chiffre à 8 % soit 7 215 boîtes aux lettres.

Décembre 2013, à l'initiative de la direction de la Communication, il est demandé à son prestataire (cent pour cent bons plans) d'effectuer un recensement des "Stop Pub" sur l'ensemble des boîtes aux lettres des communes de la CUD (tout type de "Stop Pub" confondus incluant les mentions manuscrites).

Résultat de l'enquête : 9,67 % au 31 décembre 2013.

Résultats qualitatifs

La politique globale sur la réduction des déchets menée par la CUD fait apparaître une évolution satisfaisante puisque le taux est passé de 4,4 % à 9,67 % sur 6 ans.

MISE EN OEUVRE

Planning

Signature de la Charte et dépôt des autocollants dans les accueils des mairies en 2008.

2010, mise en place sur le site internet de la Communauté urbaine de Dunkerque : "dunkerque grand littoral"

Moyens humains

Une personne passe, deux fois par an, pour déposer les autocollants dans les mairies et suivre l'évolution. Un complément d'autocollants est déposé en cours d'année, à la demande, en fonction des besoins.

Pour l'intégration des nouvelles communes de Spycker et de Ghyvelde dans la CUD, deux conseillers du Tri, de façon ponctuelle.

Pour le site internet, une secrétaire reçoit les demandes sur sa boîte "mail", puis elle envoie de l'autocollant "Stop Pub" au domicile du demandeur.

Pilote de l'action (5 % de son temps de travail) + un travail transversal avec la Direction de la communication + réunions diverses ...

Moyens financiers

* En 2008, 10 000 autocollants soit 4 000 € HT et 5 000 cartons d'information soit 596 € HT ont été imprimés et distribués;

* En 2009, 10 000 autocollants soit 3990 € HT ont été imprimés et distribués.

* Une nouvelle version du "Stop Pub" a été effectuée en 2012 soit 6 620 € HT.

* En 2013 un diagnostic a été réalisé par la société 100 % bons plans soit 5 950 € HT.

Moyens techniques

En 2012, la CUD a créé un nouvel autocollant "Stop pub";

Celui-ci a été lancé lors du salon de l'habitat, de l'urbanisme et de l'aménagement.

Partenaires mobilisés

Les distributeurs : Médiapost, Adrexo et 100 % bons plans.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Le tonnage de papier détourné de la poubelle est estimé à 39 tonnes.

Bonne progression entre 2008 et 2014.

Difficultés rencontrées

néant

Recommandations éventuelles

Il est facile de se procurer l'autocollant soit en mairie, par internet, mais aussi lors de manifestations accueillant du grand public : sur des salons par exemple.

Au cours du deuxième semestre 2014, une opération de communication auprès du grand public pourrait être envisagée.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | CENTRE DE TRI | MENAGE | PAPIER

Dernière actualisation

Juillet 2014
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Direction régionale