Opération stop pub

Sictom de la Zone Sous Vosgienne

Auteur :

40 B Avenue Jean Moulin
90110 ROUGEMONT-LE-CHATEAU
Voir le site internet
Angélique Simart
asimart.sictom@orange.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Dans le cadre de son Programme Local de Prévention des Déchets, le SICTOM de la Zone Sous-Vosgienne a décidé de mettre en place une opération stop pub.

D'après l'enquête téléphonique effectuée en 2011, le taux d'équipement des boîtes aux lettres en stop pub est de 9%.

Avec cette opération, le SICTOM souhaite atteindre un objectif de 15 %.

En outre, la limitation des imprimés non adressés constitue l'une des trois priorités du programme de prévention départemental.

Le Conseil Départemental du Territoire de Belfort a donc coordonné cette action en mettant en relation les distributeurs, le SICTOM et la Communauté d'Agglomération de Belfort.

Une réunion avec les distributeurs a eu lieu afin d'exprimer les attentes de chacun et échanger sur le format du stop pub. Une visite des installations des distributeurs a également été organisée.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Trouver des solutions pour signaler et résoudre les dysfonctionnements de distribution.

- Elaborer un stop pub visible en conditions nocturnes, inspiré par celui du MEDDE

- Le mettre à disposition dans les lieux publics et éviter une distribution systématique

- Obtenir un taux d'apposition de 15 % sur les BAL

Résultats quantitatifs

- Impression de 2500 flyers contenant le stop pub

- Mise à disposition dans 65 communes, 5 communautés de communes et au SICTOM

Un premier bilan sera effectué dans 6 mois pour connaître le taux d'apposition.

Résultats qualitatifs

- Meilleure connaissance du fonctionnement du réseau de distribution sur le département

- Partenariat entre collectivités et distributeurs

- Action commune avec la Communauté d'Agglomération de Belfort

- Action relayée par la presse locale

MISE EN OEUVRE

Planning

- Août 2014: réunion avec la CAB et le CD90 pour mettre en place une action commune

- Février 2014: rencontre avec les distributeurs

- Mars 2014: visite des locaux de Médiapost et Distripub

- Avril/mai: élaboration du flyer

- Juin 2014: mise à disposition des flyers dans les communes, communautés de communes et au SICTOM / campagne de communication (presse, site internet, facebook, périodique du SICTOM)

Moyens humains

- Animatrice du PLP pour l'élaboration du document et la campagne de communication

- Chargée de mission au CD 90 pour l'animation des réunions

- Distributeurs: Médiapost (dépend du groupe Laposte) et Distripub

Moyens financiers

- Coût de la création et mise en pages + impression: 2396 Euros TTC pour 2500 exemplaires

Partenaires mobilisés

- Médiapost et Distripub

- Conseil Départemental du Territoire de Belfort

- Communauté d'Agglomération de Belfort

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Action reproductible sur n'importe quel territoire

Difficultés rencontrées

- Stop pub fluorescent et autocollant intégré dans un flyer expliquant le dispositif

- Travail en partenariat avec les distributeurs

Recommandations éventuelles

-Identifier les attentes de chacun des intervenants

Mots clés

MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Admin SAPSI
tma.drupal@ademe.fr
Direction régionale toutes les régions