Distribution tous foyers de l'autocollant stop-pub

Commune de Villemomble

Auteur :

13 Bis Rue d'Avron

93250 Villemomble

Voir le site internet

Pierre Berody

pberody@mairie-villemomble.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

La commune, dès le démarrage du programme local de prévention des déchets, a créé un autocollant stop-pub, et a proposé ce dernier à l'ensemble des foyers villemomblois. Afin de pouvoir suivre l'évolution du nombre de foyers équipés, l'autocollant était remis sur demande avec identification du destinataire, de manière à pouvoir comptabiliser de manière précise le déploiement de l'autocollant sur la commune.

Toutefois, malgré plusieurs campagnes de communication, très rapidement, il est apparu une chute de la demande et de ce fait un plafonnement du nombre de foyers équipés. Ainsi en 2013, il y avait à peine 300 autocollants distribués.

Aussi, en 2014, le service Environnement a proposé aux élus une stratégie différente avec l'organisation d'une distribution à l'ensemble des foyers de l'autocollant.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif était d'augmenter le taux d'équipement des foyers villemomblois en autocollant stop-pub.

Afin de connaître précisément le taux d'équipement initial, un comptage a été réalisé sur l'ensemble des foyers de la commune en habitat vertical comme en habitat horizontal. L'astuce a été d'utiliser la société chargée de la distribution des imprimés municipaux pour réaliser ce comptage. Ainsi, au lieu de faire une action de distribution, ses employés ont compté les autocollants stop-pub présents sur les boîtes aux lettres. L'avantage de cette opération était également de pouvoir comptabiliser les foyers qui avaient fabriqué eux-mêmes leur autocollant ou qui avaient un stop-pub autre que celui proposé par la commune.

Ensuite, l'autocollant a été distribué à tous les foyers via une lettre d'information. Cette lettre délivrait un message en trois parties :

- le premier rappelait aux villemomblois la nature du programme de prévention des déchets,

- le deuxième mettait en avant les avantages de l'autocollant stop-pub,

- le troisième présentait les autres volets du programme de prévention.

Le courrier a été distribué au mois de juin avant les vacances d'été. Ceci a permis de mettre en avant auprès de la population le fait que, grâce à l'autocollant, leur boîte aux lettres ne déborderait pas de publicité à leur retour de vacances.

Enfin au mois d'octobre, un comptage final a été réalisé afin de voir l'efficacité de l'opération.

Résultats quantitatifs

Sur les 12 000 foyers, le comptage initial a montré un taux d'équipement de 8,5 %

A l'issue de l'opération, le taux d'équipement est de 32%, soit une augmentation de près de 23,5 %.

Cela signifie que globalement 2 785 foyers supplémentaires se sont équipés de l'autocollant stop-pub, soit 3 840 foyers au total.

Sachant que grâce à une opération de pesée des imprimés publicitaires reçus dans des foyers test, il a été estimé une production de 31 kg/an/foyer.

Il est ainsi espéré une diminution globale de presque 120 t par an d'imprimés publicitaires collectés par la commune.

Résultats qualitatifs

Le support de communication, à savoir le courrier, a également permis de renforcer la communication générale réalisée pour faire connaître le programme de prévention auprès de la population villemombloise. Il a mis en avant les autres actions du programme, et cela s'est notamment ressenti au travers d'une augmentation des commandes de composteurs et lombricoposteurs.

MISE EN OEUVRE

Planning

L'opération s'est déroulée en trois étapes :

- le comptage initial réalisé au mois de mars 2014,
- la distribution du courrier réalisé au mois de juin 2014,
- le comptage final effectué en octobre 2014.

Moyens humains

Le service Environnement a piloté l'ensemble de l'opération (le responsable, son adjointe et le chargé de prévention).

Le service Communication a créé le graphisme de l'autocollant stop-pub (la responsable communication et la graphiste).

Un imprimeur et une société de distribution ont été les partenaires privés de la commune pour mettre en oeuvre l'opération.

Moyens financiers

Les principaux postes de dépense ont été :

- les opérations de comptage (initiale et finale),
- l'impression de l'autocollant stop-pub à 14 000 exemplaires,
- l'impression du courrier, le collage du stop-pub sur le courrier, la mise sous-enveloppe,
- la distribution du courrier à tous les foyers.

L'ensemble a été réalisé pour un budget de 8 868 € HT (hors temps de travail interne).

Partenaires mobilisés

le service Environnement.

Le service Communication.

Des partenaires privés (imprimeur, distributeur).

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

L'opération ne nécessite pas de technicité particulière, ni un contexte opérationnel particulier, elle est donc facilement reproductible.

Difficultés rencontrées

La difficulté est d'organiser le comptage initial et final des foyers équipés pour avoir des données fiables. L'astuce a donc été d'utiliser la société de distribution en lui demandant une prestation légèrement différente de ses prestations habituelles.

L'autre difficulté était de trouver l'outil idéal pour distribuer l'autocollant. Le courriers s'est révélé être un bon compromis coût/efficacité. Il permet en effet de délivrer un message et d'être un support pour l'autocollant qui est un produit relativement petit ne pouvant être distribué seul dans la boîte aux lettres.

Recommandations éventuelles

Il est important de bien définir la date de distribution du courrier de manière à ce qu'il soit lu et soit ainsi susceptible de susciter un intérêt.

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

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions