Diffusion des Stop Pub sur le territoire

Sictom Sud Allier

Auteur :

les Bouillots
3500 Bayet
Voir le site internet
Stéphanie Venuat
svenuat@sictom-sud-allier.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Les imprimés non sollicités représentent en moyenne 25kg de déchets par habitant chaque année. Une part importante de la population ne les lit pas, nous souhaitons donc proposer à chacun de recevoir ou non ces imprimés non sollicités.

Selon le sondage départemental effectué en 2016, 32% de la population du département serait prête à apposer un Stop Pub sur sa boîte aux lettres.

Un autocollant Stop Pub a été distribué à l'ensemble des foyers du SICTOM Sud-Allier avec le N° 11 de La Lettre en mars 2013.

Des autocollants sont également mis à disposition des ménages tout au long de l'année et via des relais locaux.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Réduire la part de prospectus dans les OMR et les EMR.

Sensibilisation des usagers et les annonceurs et distributeurs à la problématique des imprimés publicitaires non sollicités et à la possibilité de les réduire en apposant simplement un Stop Pub sur la boîte aux lettres.

Résultats quantitatifs

En 4 ans, le taux d'équipement des ménages en Stop Pub est passé de 9,99% à 13,61%

Résultats qualitatifs

Fin 2016, 27 relais locaux participent à la diffusion de Stop Pub (Mairies, facteurs, agences immobilières, centres sociaux ruraux et associations) : plus de 1300 Stop Pub sont en dépôt sur ces 27 points

MISE EN OEUVRE

Planning

Décembre 2012 : élaboration du visuel

Janvier 2013 : état des lieux du taux d'équipement de Stop Pub sur les communes adhérentes (La Poste) - Effectué chaque année

Février 2013 : encartage du Stop Pub dans La Lettre info

2015 : courrier aux agences immobilières + offices de tourisme pour proposer la mise à disposition de Stop Pub

Novembre 2016 : courriel aux collectivités pour proposer la mise à disposition de Stop Pub

2013/2017 : diffusion des Stop Pub régulièrement sur les stands et actions de communication au porte à porte du SICTOM

1er semestre 2017 : prévision seconde campagne d'encartage du Stop Pub dans la Lettre 15

Moyens humains

1 Chargée de communication / animatrice PLP

ADT pour la diffusion

Moyens financiers

9012€HT au total

6797€ pour la première campagne de diffusion massive via encartage dans la Lettre 13

2215€ pour l'impression d'autocollants Stop Pub supplémentaires

Moyens techniques

Photoshop pour la création du visuel

Partenaires mobilisés

La Poste pour la fourniture régulière du taux d'équipement en Stop Pub par commune

Relais locaux pour la diffusion : agences immobilières, Offices de Tourisme, Communes, associations locales, La Poste

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

L'action est reproductible sur tous les territoires, facilement

Difficultés rencontrées

Concevoir un autocollant assez grand et impliquer des relais locaux pour la diffusion

Recommandations éventuelles

Veiller à la qualité de l'autocollant pour qu'il soit durable dans le temps et ne se décolle pas

---

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | CENTRE DE TRI | MENAGE | PAPIER

Dernière actualisation

Contact ADEME

Mars 2017

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur Direction régionale