Mise en place du Stop pub

Grand Chambéry, l'Agglomération

Auteur :

106 Allée des Blachères

73000 Chambéry

Voir le site internet

Gaëlle Dourneau

gaelle.dourneau@chambery-metropole.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Les élus de CHAMBERY Métropole ont volontairement limité l'extension de capacité de l'incinérateur, s'engageant parallèlement à la mise en œuvre d'un programme ambitieux de prévention et de valorisation des déchets ménagers et professionnels.

La Prévention des déchets "Papiers" en amont fait partie de ce programme avec la mise en place et l'évaluation d'une opération Stop-pub.

Dans un premier temps, l'autocollant Stop-pub a été distribué via les dépôts publics du journal de l'agglomération (mairies, bibliothèques...)

- une première dotation de 10 000 autocollants est réalisée pour ces points de dépôts.

- une seconde réimpression de 20 000 autocollants a permis de les réapprovisionner.

Sur ce total, près de 12 000 autocollants ont été distribués à ce jour.

Dans un second temps, près d'un an après le lancement CHAMBERY Métropole réalise une enquête d'évaluation de la campagne Stop-pub.

Le prochain porte-à-porte réalisé par les "amitris"* en fin d'année, permettra de conforter ou corriger les chiffres de l'enquête à l'échelle de l'agglomération.

* amitri : ambassadeur de tri

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'opération Stop-Pub participe au plan de Prévention des déchets afin d'en stabiliser la production et réduire la quantité des déchets d'origine ménagère et professionnelle à incinérer.

Résultats quantitatifs

8,13 % de boîtes aux lettres sont équipées de Stop-pub dont **3.13%** du Stop-pub de CHAMBERY métropole.

La moyenne nationale est d'environ 5 à 9 % de boîtes aux lettres équipées de Stop-pub (3 à 4 % d'autocollants Stop-pub, 2 à 5 % de Stop-pub "artisanal"). D'après une enquête nationale (ADEME), 15 % des habitants ne sont pas intéressés par la publicité dans leur boîte aux lettres.

L'extrapolation de ce résultat aux 60 000 boîtes aux lettres de l'agglomération indique qu'environ 1 878 d'entre elles devraient être équipées de l'autocollant de Chambéry Métropole. (Or près de 12 000 autocollants ont été distribués !)

Dans le cas d'une diffusion systématique (lors d'un porte-à-porte, ou glissé dans un journal municipal), on estime à 15 % les foyers équipés en Stop-pub ce qui représenterait pour la collectivité une diminution de 12 % du tonnage papier à traiter issu de ces imprimés non adressés.

Suivant ce principe, on peut considérer, en théorie, pour CHAMBERY Métropole, **qu'environ 6 % des tonnages seraient détournés de la filière de recyclage soit près de 150 tonnes / an**.

Ce chiffrage est à nuancer car il est difficile de connaître la date d'apposition des Stop-pub qui ne sont pas issus d'une campagne de communication "CHAMBERY Métropole", c'est pourquoi l'impact sur la production de déchets est donc vraisemblablement inférieur à 150 tonnes annuelles

Résultats qualitatifs

Meilleure évaluation de l'impact des Stop-Pub

MISE EN OEUVRE

Planning

Enquête réalisée début juin 2006 sur 3 demi-journées par un « amitri » qui recense tous les autocollants Stop-Pub apposés sur les boîtes aux lettres. L'enquête est réalisée sur une commune représentative du tissu urbain de l'agglomération, soit 50 % d'habitat collectif (commune de Barby).

4 catégories de Stop-pub ont été identifiées

1 - Stop-pub CHAMBERY métropole

2 - Stop-pub du Ministère de l'Ecologie

3 - Stop-pub associatifs ou commerciaux (type FRAPNA, Botanic…)

4 - Stop-pub artisanal (« fait maison »).

sur 3 types d'habitat

1 – Collectif (806 logements enquêtés)

2 – Individuel (468 logements enquêtés)

3 – Entreprise, Administrations, Associations (67 enquêtées)

109 Stop-Pub ont été relevés pour l'ensemble des habitats soit environ 8 %.

Les Stop-pub relevés sont, soit issus de la campagne de CHAMBERY Métropole (ils représentent environ 50 % des Stop-pub en habitat collectif, un peu moins en habitat individuel), soit des Stop-pub dits "faits-maison" pour une part non négligeable, les autres étant issus de campagnes nationales ou d'associations et commerces.

Moyens humains

1 amitri

Moyens financiers

30 000 autocollants : 1 280 € HT

Moyens techniques

-

Partenaires mobilisés

Service communication CHAMBERY métropole

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

-

Difficultés rencontrées

-

Recommandations éventuelles

-

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | MENAGE | ENTREPRISE | STOP PUB | ENQUETE | PAPIER

Dernière actualisation

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

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

admin AW
alexandre.bonne@smile.fr
Direction régionale toutes les régions