

OUTIL 5.1 : CONSTRUIRE UN ARGUMENTAIRE SUR LA PREVENTION DES DECHETS D'IMPRIMES NON ADRESSES

Constats

- Les opérations réussies, du point de vue du taux d'équipement des boîtes aux lettres des particuliers ne souhaitant pas recevoir d'INA, sont le résultat d'actions de proximité associées à un niveau de communication important (Source : Etude ADEME - Evaluation et perspectives d'évolution du dispositif Stop Pub - 2009), dans le cadre d'une démarche ayant clairement bénéficié de l'initiative ou de l'appui de la collectivité.
- Une explication de la non apposition d'autocollant réside dans le manque d'information pratique sur les moyens de se procurer l'autocollant et les raisons pour lesquelles l'apposer. (Source : Etude ADEME - 2005).

La communication est donc l'une des clés du succès de la démarche. Mais, quelle communication ?

Le premier conseil est de diversifier les moyens de communication utilisés : mobiliser les supports de communication existants (journal de la collectivité), intégrer la communication sur le Stop Pub à des campagnes de communication plus globales sur la prévention des déchets ou dans le cadre d'autres événements, étendre la communication à des supports plus coûteux : radio, presse locale sous forme de prise de parole des élus par exemple.

Le second conseil est de fournir aux citoyens tous les éléments objectifs de réflexion qui leur permettront de prendre sereinement leur décision quant à l'apposition ou non d'un autocollant Stop-Pub sur leur boîte aux lettres. Le chapitre suivant présente ces éléments.

Éléments de réflexion et de décision

1) La réduction de la quantité de déchets des ménages

- Le plan d'action gouvernemental sur la gestion des déchets pour la période 2009-2012 vise à mettre en oeuvre les engagements du Grenelle de l'Environnement (voir lien site Ademe.fr /Déchets - Réduire les Déchets dans « en savoir plus »). Son objectif prioritaire est la réduction à la source de la production de déchets.

Ce plan prévoit notamment une réduction de 7% de la production de déchets ménagers et assimilés à l'horizon 2012. Au même titre que les emballages et d'autres types de déchets de consommation, les papiers des ménages doivent faire l'objet de mesures de prévention.

- En apposant un autocollant mentionnant le refus de recevoir des imprimés non adressés, les foyers peuvent réduire de 31 kg environ leurs déchets (soit environ 1/3 de la quantité totale des déchets de papiers graphiques, ou environ 3,5% de la quantité totale de chaque ménage) et ainsi les impacts liés à leur élimination. (Source : ADEME).

- La réduction des déchets d'INA est un point d'accroche simple pour inciter les citoyens à une démarche plus globale de réduction des déchets.

2) La réduction des quantités d'INA

L'apposition d'un autocollant Stop Pub sur la boîte aux lettres n'est pas le seul moyen de limiter la quantité d'INA distribués. Diverses actions de prévention peuvent porter sur les étapes amont du processus global de production et de distribution des INA (phases de conception et impression des imprimés notamment).

Certaines actions sont déjà largement engagées par les acteurs professionnels concernés (ciblage des campagnes publicitaires, réduction des grammages de papiers, utilisation de papiers recyclés, etc.), d'autres font l'objet de travaux de réflexion, elles permettront d'améliorer encore les résultats en matière de prévention.

L'objectif d'une démarche Stop Pub n'est pas de supprimer la publicité mais de faire en sorte que ceux qui ne souhaitent pas recevoir d'INA ne les reçoivent plus, évitant ainsi le gaspillage que constitue leur élimination immédiate sans la moindre consultation.

L'apposition d'un autocollant Stop Pub se traduit par l'arrêt de la distribution des imprimés publicitaires non adressés et des journaux d'annonces gratuits, mais aussi des journaux des collectivités territoriales. Ceux-ci pourront cependant continuer d'être distribués si la collectivité prend le soin de passer un contrat spécifique avec les distributeurs. (voir outil 2.2).

3) L'emploi

La plupart des diffuseurs ont mensualisé leurs salariés, qui ne sont plus rétribués au tract distribué. La diminution des quantités d'INA distribués n'a donc pas d'effet immédiat sur l'emploi. Cependant, au delà d'un certain seuil, le nombre d'emplois - souvent locaux - étant proportionnel aux quantités à distribuer, il peut être affecté. Le bilan global national est cependant difficile à réaliser du fait du transfert des budgets des annonceurs vers d'autres actions (Etude ADEME 2005 - Evaluation des impacts socio-économiques d'une politique de prévention des déchets : l'opération Stop Pub, lien dans rubrique « En savoir Plus »).

4) La fabrication et le recyclage du papier

- La fabrication du papier se fait quasi exclusivement à partir de sous-produits de l'exploitation forestière (bois d'éclaircie par exemple) ou de la transformation du bois (chutes de scieries par exemple) et à partir de papiers de récupération.
- Le papier peut être recyclé de 3 à 6 fois avant d'être dégradé, à condition toutefois d'être collecté de façon sélective. Les analyses environnementales démontrent que la fabrication de papier à partir de papiers de récupération est préférable à celle utilisant de la pâte vierge en termes de consommation d'énergie et d'émissions de gaz à effet de serre (Source : Report on Environmental Benefits of Recycling - BIR 2008)
- De même, le recyclage des papiers de récupération prévaut sur toute autre forme de traitement des déchets (incinération, enfouissement, etc.).
- L'apposition d'un Stop Pub ne permet donc pas de « sauver des arbres », contrairement à une idée encore trop souvent répandue. Le caractère recyclable du papier ne doit cependant pas faire oublier le gaspillage consistant à se défaire immédiatement des INA non souhaités et non lus, leur traitement (par élimination ou recyclage) ayant en effet des impacts environnementaux ne pouvant être négligés.