
Promouvoir le stop pub

Syndicat Mixte pour le Traitement des Dechets Menagers et As

2 Bis, Place Royale - Bp 547

Hotel de France

64010 Pau

[Voir le site internet](#)

Claire Allonneau

c.allonneau@smtm.info

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)

Auteur :



CONTEXTE

Parmi les gestes simples et concrets que le citoyen peut réaliser au quotidien pour limiter ses déchets ménagers, la pose d'un autocollant STOP PUB fait partie des actions emblématiques nationales soutenues par l'ADEME, depuis 2004.

Le bilan des opérations « Foyers Témoins » réalisées par l'ADEME montre que le STOP PUB permet de réduire le poids de la poubelle de 40 kg par foyer par an.

Le SMTD encourage la diffusion du STOP PUB et les EPCI en font la promotion lors des manifestations, dans les mairies ou via leurs bulletins. Le SMTD, dans le cadre de son Programme local de prévention des déchets, a renforcé la promotion du dispositif STOP PUB.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Objectifs qualitatifs :

- développer un dispositif de promotion du STOP PUB cohérent sur tout le territoire,
- développer des modes de diffusion de proximité diversifiés,
- impliquer l'ensemble des EPCI dans le dispositif,
- renforcer la promotion sur tout le territoire,
- faire respecter l'affichage par l'ensemble des distributeurs

Objectifs quantitatifs :

- multiplier les moyens de diffusion,
- augmenter le nombre de foyers munis de l'autocollant STOP PUB ou de toutes mentions refusant la publicité,
- détourner une partie des déchets ménagers (publicités).

L'objectif du Plan départemental est d'atteindre un niveau de participation des habitants au STOP PUB correspondant à 15 % des foyers en 2012 et 20 % en 2017.

Résultats quantitatifs

- 22 000 STOP PUB distribués en 4 ans (18 % des foyers),
- plus de 1 000 tonnes de déchets évités.

Résultats qualitatifs

- réalisation d'un autocollant STOP PUB spécifique au territoire,
- diffusion de l'autocollant via toutes les mairies et les collectivités (Communauté de communes) du territoire,
- diffusion lors des animations « grand public »,
- diffusion par des acteurs du territoire,
- réalisation de recensements des STOP PUB sur certains territoires, lors de sensibilisation au tri et à la prévention et en porte à porte.

MISE EN OEUVRE

Planning

- **2011** : groupe de travail avec les distributeurs, émetteurs de publicités,
- **2012** : réalisation du stop pub et diffusion dans les communes,
- **2013** : renouvellement de la diffusion, promotion via le journal Agir du SMTD.

Moyens humains

SMTD

Moyens financiers

Impression du STOP PUB : 2 000 € pour 10 000 exemplaires (forme hexagonale)

Moyens techniques

- conception de l'autocollant
- impression
- diffusion via des relais locaux.

Partenaires mobilisés

- EPCI
- communes
- Conseil général

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

oui

Difficultés rencontrées

-

Recommandations éventuelles

-

Mots clés

CENTRE DE TRI | MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Antoine BONSCH

antoine.bonsch@ademe.fr

Direction régionale Nouvelle
Aquitaine