



## Concertation départementale autour du dispositif Stop Pub

Cadre de restitution : Plan Territorial de Prévention

### CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

---



#### Conseil Départemental de Côte d'Or

53 bis rue de la Préfecture

BP 1601

<http://www.ecotidiens21.fr>

Mouchet

Mathilde

Bourgogne-Franche-Comté

[mathilde.mouchet@cotedor.fr](mailto:mathilde.mouchet@cotedor.fr)

Mots-clés: Espace privé MENAGE, PAPIER,

### CONTEXTE

---

#### Description du contexte de l'action:

Dans le cadre du Plan Départemental de Prévention des déchets, le Conseil Général de la Côte-d'Or a prévu la mise en oeuvre du dispositif Stop Pub.

La population Côte-d'Orienne est couverte à 91 % par des Programmes Locaux de Prévention des déchets, portés par 8 collectivités ou groupements de collectivités.

D'après le sondage départemental réalisé en septembre 2012, 20 % des habitants ont déjà un autocollant Stop Pub sur leur boîte aux lettres et 36 % des habitants souhaitent en avoir un.

### OBJECTIFS ET RÉSULTATS

---

#### Objectifs généraux:

- Le Conseil Départemental de la Côte-d'Or a fait le choix de mettre à disposition un autocollant Stop Pub, pour les collectivités n'ayant pas les moyens de développer un tel dispositif.
- La concertation autour de ce dispositif avait pour objectif d'associer les distributeurs d'Imprimés Non Sollicités dans la démarche.

#### Objectifs quantitatifs :

Couvrir la totalité du territoire par le dispositif (100 % de la population). **La prise en charge au niveau départemental, en concertation avec les collectivités porteuses de PLP**, a pour objectif de ne pas laisser de collectivités à l'écart du dispositif.

Associer les 3 distributeurs d'INS à la démarche.

### Résultats quantitatifs:

1 distributeur associé sur 3 informés

40 000 autocollants imprimés

En aout 2014, 13 000 autocollants étaient effectivement mis à disposition, et 30 000 en décembre 2015

Impression de 10 000 autocollants supplémentaires en 2018

La population couverte par le dispositif est passée de 60% à 91% (8 EPCI ou groupements d'EPCI au lieu de 2)

125 agents du Conseil Général ont demandé un autocollant.

### Résultats qualitatifs :

Amélioration des relations avec le groupe La Poste

## MISE EN OEUVRE

### Description de l'action :

Afin de **faciliter le déploiement du dispositif stop-pub dans les communes**, le Conseil Départemental de la Côte-d'Or a réalisé au niveau départemental les démarches indispensables à la réussite de l'opération : rencontre avec les distributeurs INS (imprimés non sollicités) pour trouver un consensus sur la démarche, coordination avec les animateurs de programmes de prévention, définition collective du graphisme commun, présentation aux EPCI, impression et envoi des autocollants, communication.

### Planning:

- 4 mars 2013 : envoi d'un courrier d'information sur la démarche, aux distributeurs d'INS
- 20 mars : première réunion du groupe de travail pour la conception de l'autocollant Stop Pub, avec des animateurs PLP, et les services du Conseil Départemental (Direction Agriculture et Environnement et Direction Communication)
- 16 avril : réunion d'information des distributeurs d'INS (1 présent sur les 3 invités), présidée par l'élu référent du PDP. Obtention d'un consensus sur la démarche Stop Pub. Proposition de recommandations pour le graphisme
- 18 avril : deuxième réunion du groupe de travail pour la conception de l'autocollant, uniquement avec des animateurs PLP
- Fin avril : première version du graphisme de l'autocollant par l'agence de communication
- Fin mai : mise à la signature du Président d'un courrier, à destination des EPCI, pour leur présenter l'autocollant et demander à ce que les animateurs PLP soient des relais pour le CD dans la diffusion des autocollants
- Fin juin : ultimes remarques du Président sur le graphisme
- Juillet : envoi du fichier à l'impression, puis envoi des courriers aux EPCI

- Août : mise en ligne sur [www.ecotidiens21.fr](http://www.ecotidiens21.fr) d'une carte de localisation des lieux où le grand public peut se procurer des autocollants (mairies, communautés de communes, ...)

### **Année principale de réalisation:**

2012

### **Moyens humains :**

- 30 heures pour l'animatrice du PDP
- 12 heures pour la hiérarchie et l'élu référent

### **Moyens financiers :**

- Graphisme de l'autocollant : 90 € TTC
- Impression de 40 000 autocollants : 4 000 € TTC

### **Partenaires mobilisés :**

Collectivités porteuses de PLP

Groupe La Poste

## **VALORISATION**

---

### **Facteurs de réussite :**

L'élu référent du PDP avait une forte volonté pour la réalisation du dispositif Stop Pub. Cela a permis la poursuite du projet, en dépit des difficultés rencontrées.

Appui du CD sur les animateurs PLP pour la diffusion de l'autocollant dans les collectivités :

- réduction du nombre d'interlocuteurs pour le CD
- meilleur suivi pour les animateurs PLP qui travaillent pour plusieurs Communautés de Communes

### **Difficultés rencontrées :**

Compréhension du projet en interne des Services Départementaux, particulièrement par la Direction Communication vis-à-vis de la diffusion du magazine départemental

### **Recommandations éventuelles:**

- Prendre le temps d'organiser plusieurs réunions de concertation. Ne pas vouloir lancer le dispositif trop vite.
- Insister sur la démarche de la collectivité, qui est de proposer une alternative aux citoyens et non leur imposer un choix.

Type de programme :  
Plan Territorial de Prévention

## DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

---

[Découvrir](#)



Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**

Fiche action réalisée sur le site : [www.optigede.ademe.fr](http://www.optigede.ademe.fr)

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.