



STOP PUB

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Ca du Grand Annecy

46 Avenue des Iles

<https://www.grandannecy.fr/>

OPTIGEDE

Administrateur

ADEME

administrateur.optigede@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, PAPIER,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

La Communauté de l'Agglomération d'Annecy s'est engagée dans un plan local de prévention en 2011. Parmi les thématiques retenues dans ses actions principales, a été actée la réalisation et la mise à disposition du grand public d'un STOP PUB au couleur de l'agglo, en correspondance avec une nouvelle charte prévention des déchets et un slogan " **changeons nos habitudes, réduisons nos déchets**".

Pour connaître le taux d'apposition de stop pub sur notre territoire, nous sollicitons notre principal distributeur de document de communication et celui-ci nous transmet les données annuelles. Cette condition de retour d'information est indiquée dans notre cahier des charges de prestation.

Commentaires sur la partie Contexte :

Le diagnostic a permis tout d'abord de comptabiliser le taux d'apposition de stop pub sur les boîtes aux lettres. Pour cela nous avons sollicité notre prestataire principal distributeur de document de com "ADREXO". Ceci avec beaucoup de difficulté et un doute sur la fiabilité des informations ?? Mettre un commentaire en ce sens dans le corps de la fiche? Bien insister sur le travail à mener avec les distributeurs?

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

Le premier objectif étant de relancer une campagne de communication sur l'apposition du stop pub permettant de sensibiliser le grand public à une réduction de papier de 40 kg/foyer/an.

Le deuxième objectif étant d'augmenter le taux d'apposition sur les boîtes aux lettres permettant d'atteindre un troisième objectif

Le troisième objectif étant par conséquent de réduire les volumes papiers se trouvant dans les bacs de tri et bacs OM.

Résultats quantitatifs:

En 2011, le taux d'apposition de stop pub sur les boites aux lettres était de 26.42 %

En 2012, le taux d'apposition de stop pub sur les boites aux lettres était de 27.22 %

Entre 2012, le volume de papier a baissé de 4% sur les communes en apport volontaire par rapport à 2011.

Entre 2012, les multimatériaux en porte à porte (comprenant donc le papier) a baissé de 3 %.

En 2013, l'objectif étant d'accrocher les 30 % de taux d'apposition de stop pub.

Résultats qualitatifs :

Un nouvel autocollant avec une nouvelle charte et des retours positifs sur la résistance et qualité de l'autocollant.

Une nouvelle charte attractive et appréciée.

MISE EN OEUVRE

Planning:

Mai 2012 => réflexion sur l'autocollant et la charte

juin 2012 => Recherche de fournisseurs et demande de devis

Juin 2012 => Validation

Aout 2012 => Réception des stop pub

Octobre 2012 => Distribution des stop pub aux 13 communes de l'agglomération

Novembre 2012 => Communiqué de presse

Année principale de réalisation:

2011

Moyens humains :

Ambassadeur du tri, prévention

Chargé de prévention

Chargé de communication

Prestataire

Moyens financiers :

Conception et réalisation de 10 000 stop pub => 1 639 € TTC

Moyens techniques :

Sollicitation d'un prestataire infographiste LetM situé à Poligny dans le Jura.

Partenaires mobilisés :

Les 13 communes de l'agglomération ont été sollicitées pour être point de distribution du stop pub.

Un point de distribution est à l'accueil du siège de l'agglomération.

Un kit nouvel arrivant est distribué à chaque nouvel habitant et contient un stop pub.

Les Ambassadeurs du tri / prévention proposent un stop pub lors des visites des nouvelles constructions en même temps qu'une information des consignes de tri sur le territoire.

Les ambassadeurs du tri / prévention proposent la distribution de stop pub lors des stands d'animation au moment de la semaine du Développement Durable, SERD et animations diverses destinées au grand public..

Commentaires sur la partie Mise en oeuvre:

10 000 stop pub distribués en 1 an

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Cette action est facilement reproductible et demande peu de moyen financier.

Difficultés rencontrées :

Une charte aux couleurs attractive.

Un communiqué de presse.

Une campagne de communication à l'arrière des bus.

Recommandations éventuelles:

La qualité de l'autocollant doit être fiable afin d'éviter un stop pub dégradé dans le temps (soleil....).

Etre prudent sur la communication car Il est souvent reproché au stop pub de supprimer un complément de revenus à certaines personnes.

Laisser le libre choix de l'apposition ou non du stop pub.

Commentaires sur la partie Valorisation :

Le stop pub est visible sur le lien indiqué dans la partie objectif. Dois-je plutôt le mettre à la place de la photo illustration de l'opération ? Réponse : pas possible de mettre les 2 dans la fiche?

Type de programme :
Programme Local 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

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

