

Diffusion des Stop Pub sur le territoire

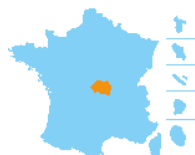
Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Sictom Sud Allier

les Bouillots

<http://www.sictomsudallier.fr>



Mots-clés: Espace privé Ménages / Grand public, Prévention des déchets, Papier, Centre de tri

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

Les imprimés non sollicités représentent en moyenne 25kg de déchets par habitant chaque année. Une part importante de la population ne les lit pas, nous souhaitons donc proposer à chacun de recevoir ou non ces imprimés non sollicités.

Selon le sondage départemental effectué en 2016, 32% de la population du département serait prête à apposer un Stop Pub sur sa boîte aux lettres.

Un autocollant Stop Pub a été distribué à l'ensemble des foyers du SICTOM Sud-Allier avec le N° 11 de La Lettre en mars 2013.

Des autocollants sont également mis à disposition des ménages tout au long de l'année et via des relais locaux.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

Réduire la part de prospectus dans les OMR et les EMR.

Sensibilisation des usagers et les annonceurs et distributeurs à la problématique des imprimés publicitaires non sollicités et à la possibilité de les réduire en apposant simplement un Stop Pub sur la boîte aux lettres.

Résultats quantitatifs:

En 4 ans, le taux d'équipement des ménages en Stop Pub est passé de 9,99% à 13,61%

Résultats qualitatifs :

Fin 2016, 27 relais locaux participent à la diffusion de Stop Pub (Mairies, facteurs, agences immobilières, centres sociaux ruraux et associations) : plus de 1300 Stop Pub sont en dépôt sur ces 27 points

MISE EN OEUVRE

Planning:

Décembre 2012 : élaboration du visuel

Janvier 2013 : état des lieux du taux d'équipement de Stop Pub sur les communes adhérentes (La Poste) - Effectué chaque année

Février 2013 : encartage du Stop Pub dans La Lettre info

2015 : courrier aux agences immobilières + offices de tourisme pour proposer la mise à disposition de Stop Pub

Novembre 2016 : courriel aux collectivités pour proposer la mise à disposition de Stop Pub

2013/2017 : diffusion des Stop Pub régulièrement sur les stands et actions de communication au porte à porte du SICTOM

1er semestre 2017 : prévision seconde campagne d'encartage du Stop Pub dans la Lettre 15

Année principale de réalisation:

2015

Moyens humains :

1 Chargée de communication / animatrice PLP

ADT pour la diffusion

Moyens financiers :

9012€HT au total

6797€ pour la première campagne de diffusion massive via encartage dans la Lettre 13

2215€ pour l'impression d'autocollants Stop Pub supplémentaires

Moyens techniques :

Photoshop pour la création du visuel

Partenaires mobilisés :

La Poste pour la fourniture régulière du taux d'équipement en Stop Pub par commune

Relais locaux pour la diffusion : agences immobilières, Offices de Tourisme, Communes, associations locales, La Poste

VALORISATION

Facteurs de réussite :

L'action est reproductible sur tous les territoires, facilement

Difficultés rencontrées :

Concevoir un autocollant assez grand et impliquer des relais locaux pour la diffusion

Recommandations éventuelles:

Veiller à la qualité de l'autocollant pour qu'il soit durable dans le temps et ne se décolle pas



Type de programme :
Programme Local de Prévention

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®



Dernière actualisation de la fiche : **mars 2017**

Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr

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

