

OUTIL 2.2 : ORGANISATION LOCALE DE LA DISTRIBUTION DES IMPRIMÉS NON ADRESSÉS

Quels sont les acteurs principaux concernés par le dispositif Stop Pub ?

- Les annonceurs : il s'agit des entreprises souhaitant faire connaître leurs produits ou services via une campagne publicitaire.
- Les imprimeurs : une partie de leur activité consiste à imprimer des imprimés non adressés.
- Les distributeurs ou diffuseurs : ils distribuent les imprimés non adressés dans les boîtes aux lettres à la demande des annonceurs.
- Les collectivités territoriales : la gestion des déchets ménagers, dont celle des déchets d'imprimés non adressés sont de leur responsabilité.
- L'éco-organisme en charge de la filière Papier : EcoFolio perçoit de la part des annonceurs et éditeurs de presse gratuite d'annonces une contribution pour la prise en charge des déchets d'imprimés (fonction des tonnages annuels émis) et ce, depuis le 1er janvier 2006. Cette éco-contribution sert à indemniser les collectivités selon un barème incitatif au recyclage.
- Les associations de défense de l'environnement et des consommateurs ou à caractère social (réinsertion de personnes en difficulté, handicapés) : elles peuvent intervenir tout au long du projet : évaluation des taux d'équipement, promotion du dispositif, etc.
- Les citoyens au centre du dispositif et acteurs clés de toute action de réduction des déchets.

Comment identifier les acteurs locaux ?

Pour les annonceurs, une méthode est l'observation de l'origine des imprimés non adressés dans les boîtes aux lettres. On y retrouve souvent des prospectus de la grande distribution, des journaux gratuits d'annonces (cf. informations fournies dans l'introduction). A l'échelle nationale, l'Union des annonceurs (UDA) et la Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD) peuvent être des appuis dans votre recherche.

Pour les distributeurs ou diffuseurs, deux cas sont envisageables. Soit l'annonceur distribue lui-même, soit il passe par un organisme de distribution. Dans le premier cas, le distributeur est donc identifié en même temps que l'annonceur. Dans le second cas, sachez que MEDIAPOST et ADREXO se partagent environ 90 % du marché. Il y a donc de fortes probabilités pour qu'ils agissent sur votre territoire et vous aident à identifier les autres acteurs de la distribution d'imprimés non adressés.

Pour les imprimeurs, outre le recours aux "Pages Jaunes", il s'agira de rechercher ces professionnels, soit via les annonceurs, soit en interrogeant des organismes comme l'INSEE, la Chambre de Commerce et d'Industrie ou encore des sites internet comme Infogreffe où le code NAF de ces métiers est 18.1. A l'échelle nationale, un acteur clé est l'Union Nationale de l'Imprimerie et de la Communication (UNIC).

Pour les associations de protection de l'environnement et de défense des consommateurs, de grandes fédérations : France Nature Environnement (FNE), Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie (CLCV), Agir pour l'Environnement, Amis de la Terre et d'autres relais peuvent vous aider à identifier les associations locales.

La question de la presse institutionnelle

N'oublions pas que parmi les annonceurs se trouvent les émetteurs de la presse institutionnelle du territoire (collectivité, communauté d'agglomération, conseil général,...). Le Stop Pub n'a pas pour objectif de réduire la distribution de ce type de presse. Pour cela, plusieurs systèmes de distribution séparée existent : soit la collectivité distribue elle-même cette presse par l'intermédiaire d'agents de la collectivité, soit elle fait appel à un prestataire spécifique, soit elle contractualise avec les distributeurs d'INA afin qu'ils aménagent en conséquence leurs circuits de distribution. Nous vous invitons à consulter (et si besoin modifier) les clauses du contrat de distribution de la presse institutionnelle non adressée.

Si les collectivités ne souhaitent pas négocier un contrat spécifique de diffusion, d'autres modes de diffusion des journaux institutionnels peuvent être recherchés : mise à disposition dans des lieux définis, envoi sur demande par mail, envoi par courrier adressé, téléchargement possible sur le site internet des collectivités, distribution par une structure d'insertion, contrat groupé pour les différentes presses institutionnelles : département, agglomération, commune...