DOCUMENT 3 : PARTIES PRENANTES

De nombreux acteurs sont parties prenantes dans une démarche de réduction des imprimés publicitaires sans adresse (IPSA). Ils interviennent à des étapes différentes du parcours de ces publicités.

Quels sont les principaux acteurs 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.

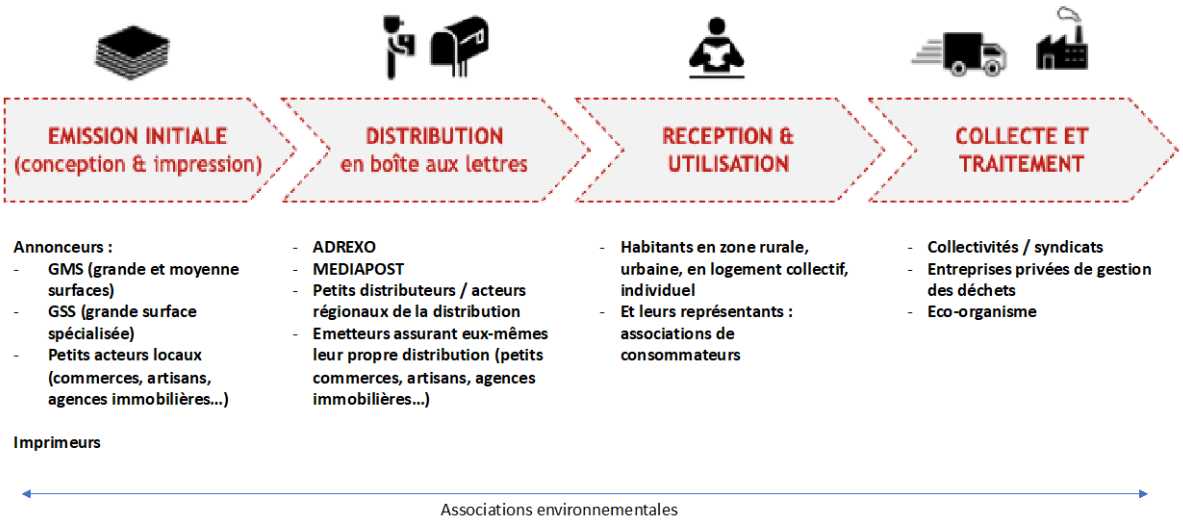
- ***Les distributeurs ou diffuseurs :*** ils distribuent les imprimés non adressés dans les boîtes aux lettres à la demande des annonceurs.

- ***Les collectivités territoriales :*** la prévention et 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*** : CITEO perçoit de la part des annonceurs et éditeurs de presse gratuite d'annonces une contribution pour le recyclage des déchets d'imprimés (fonction des tonnages annuels émis). 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 pour l'évaluation des taux d'équipement, la promotion du dispositif, la diffusion des stop-pub, la création d'évènements, etc.

- ***Les citoyens*** au centre du dispositif et acteurs clés de toute action de réduction des déchets.



Comment identifier les acteurs locaux ?

Pour identifier les annonceurs, vous pouvez observer l'origine des imprimés non adressés dans les boîtes aux lettres. On y retrouve souvent des prospectus et catalogues de la grande distribution, parfois encore des journaux gratuits d'annonces…

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 la quasi-totalité 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, 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),
- Agir pour l'Environnement,
- Amis de la Terre
- Zéro waste France
- Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie (CLCV),
- et d'autres relais,

peuvent vous aider à identifier les associations locales.

La question de la presse institutionnelle

N'oublions pas que parmi les émetteurs de publications se trouvent les éditeurs de la presse institutionnelle du territoire (collectivité, communauté d'agglomération, conseil départemental...).

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'IPSA 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, contrat groupé pour les différentes presses institutionnelles.

Voici une liste non exhaustive des acteurs concernés :

SDD	Syndicat de la Distribution Directe https://www.respect-stop-pub.fr/sdd/
UDA	Union des annonceurs http://www.uda.fr/
FCD	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution http://www.fcd.asso.fr/
CNR	Cercle National du Recyclage http://www.cercle-recyclage.asso.fr/
ADREXO	Distribution d'imprimés publicitaires et colis http://www.adrexo.fr/
MEDIAPOST	Distribution d'imprimés publicitaires http://www.mediapost.fr/
CITEO	Eco-organisme en charge de la filière Papier https://www.citeo.com
AMORCE	Association des collectivités locales et des professionnels pour une bonne gestion locale des déchets et de l'énergie http://www.amorce.asso.fr/
AMF	Association des Maires de France http://www.amf-france.org/
FNE	France Nature Environnement http://www.fne.asso.fr/
CLCV	Confédération des Consommateurs, du Logement et du Cadre de Vie http://www.clcv.org/
UFC	Union Fédérale des consommateurs http://www.quechoisir.org/

ZWF	Zéro Waste France https://www.zerowastefrance.org
AT	Amis de la Terre https://www.amisdelaterre.org
APE	Agir pour l'environnement https://www.agirpourlenvironnement.org
Ministère	Ministère de la transition écologique https://www.ecologie.gouv.fr