

# Dynamiser l'opération Stop-Pub dans le Pays du Calaisis

Actions « Stop-pub »  
Région : Haut de France

Mots clés : Ménages/Grand public | Papier | Sensibilisation  
| Stop pub



## Collectivité

Sevadec  
Bp 20 \_281, Rue Jacques Monod  
62101 Calais

## Partenariat

ADEME  
Les communes de la collectivité  
UFC Que Choisir  
Auchan ; Unis-Cité  
Les habitants du Pays du Calaisis

## Date de lancement

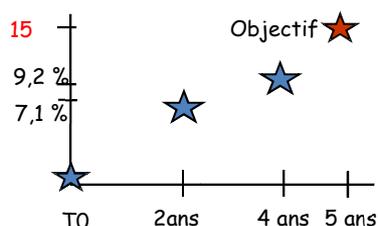
Décembre 2011

## Objectifs

15 % de foyers équipés  
32 points de distribution  
580 tonnes INS évitées  
Implication des communes  
Foyers témoins

## Réalisation objectif 1

Nombre de foyers équipés



## Résumé :

Après avoir fait le constat du faible impact du dispositif Stop-Pub sur son territoire, le Sevadec a mis en place plusieurs actions coordonnées pour améliorer son efficacité.

## Pourquoi agir ?

Le Sevadec est un syndicat de traitement des déchets composé de 3 structures intercommunales à compétence collecte regroupant au total 52 communes et 156 223 habitants (depuis la réforme territoriale). L'habitat est mixte avec une dominante urbaine.

- Une certaine inefficacité des actions « autocollants Stop Pub »

Si les opérations Stop-Pub ont été parmi les premières actions de prévention mises en place en raison de leur mise en œuvre rapide, l'amélioration de leur efficacité reste un enjeu : en effet une caractérisation réalisée dans le Sevadec en 2011 a permis d'évaluer les Imprimés Non Sollicités (INS) à 24 kg par an et par habitant et une enquête de consommation a montré le manque de visibilité de l'opération Stop-pub.

- Des tonnages importants inutiles retrouvés dans les OMR , les recyclables ou les refus de tri

Les quantités « évitées » dans les foyers témoins ont été mesurées et représentent 47 Kg/foyer et par an.

- Un faible taux d'apposition du Stop Pub.

Seulement 3 % des habitants du SEVADEC sont équipés d'un stop-pub.

- Des acteurs à mobiliser

Au-delà de l'action auprès des **ménages** (apposition des Stop-pub), des **collectivités membres** (distribution du Stop-pub) le Sevadec engage aussi la sensibilisation des **annonceurs** (information et sensibilisation sur l'intérêt du dispositif et alternatives à la publicité écrite) et les **distributeurs** (respect du Stop-pub):

### Planning

Décision : T0  
Préparation : T0 + 1 mois  
Opérationnel : T0 + 2 mois  
Durée de l'action : 4 ans

### Coûts

Environ 9 000 euros (Année 1 & Année 2)

### Moyens humains

Equipe prévention : 0,16 ETP/ an  
Points de distributions (communes)  
Foyers témoins

### Bilan en chiffres

En février 2016  
36 points fixes de distribution, 1 itinérant  
9,2 % de foyers équipés  
(environ 47 kg /foyer /an évités)  
20 boîtes aux lettres témoins  
100 % satisfaction des participants  
Retour aux annonceurs reste à faire.

### Lien fiche action-résultat :

<http://optigede.ademe.fr/fiche/operation-stop-pub-1>

### Pour en savoir plus

Sur le site internet de l'ADEME  
[www.ademe.fr/dechets](http://www.ademe.fr/dechets)  
[www.reduisonsnosdechets.fr](http://www.reduisonsnosdechets.fr)  
<http://optigede.ademe.fr>

Sur le site du Sevadec  
[www.sevadec.fr](http://www.sevadec.fr)

### Contacts

Sevadec  
E-mail : [sevadec@wanadoo.fr](mailto:sevadec@wanadoo.fr)

ADEME Nord-Pas-de-Calais  
E-mail : [ademe.nord-pas-de-calais@ademe.fr](mailto:ademe.nord-pas-de-calais@ademe.fr)

## Les actions mises en œuvre par la collectivité

Plusieurs axes d'action ont été mis en place

### - Améliorer la visibilité du dispositif

**Information et sensibilisation** sur l'existence et l'intérêt du dispositif et sur les alternatives à la publicité écrite par la création de **plaquettes**, une **campagne d'affichage**, des **communiqués** dans les journaux et l'utilisation des **supports relais** (panneaux lumineux, journaux des communes...).

Remplacement de la mention « Pas de Pub SVP » inscrite en manuscrit sur les boîtes aux lettres par un **autocollant officiel** (meilleur respect)

### - Faciliter l'accès au stop pub, impliquer des familles

Le Stop-Pub est remis sur **demande** (avec un **registre**) et non de manière systématique dans **36 lieux publics** répertoriés sur une **Google Map**. <http://q.co/maps/z3tt7>

Une distribution a été réalisée au **porte à porte** dans une commune par des jeunes en service civique.

Un appel à « familles témoins » a permis de recruter **20 foyers témoins** permettant un suivi avant et après apposition de l'autocollant Stop-Pub afin de mesurer l'impact du dispositif sur la diminution des INS, de vérifier le respect de l'autocollant et la tenue temporelle de celui-ci.

- **Sensibiliser les distributeurs et les annonceurs** et les **informer sur le nombre précis d'autocollant apposés** afin de permettre aux annonceurs de dimensionner le nombre d'imprimés.

### - Evaluer et suivre l'opération pour la pérenniser :

Sont suivis **l'évolution des tonnages**, la **satisfaction** des foyers équipés de l'autocollant sur le **respect**, la **tenue de l'autocollant**, **l'arrachage**, etc.

## Le « plus » de l'opération

La création d'un **registre de remise des Stop-Pub** permet un **suivi par point de distribution** (délimitant des zones) et de répondre à plusieurs objectifs :

- remonter l'information aux annonceurs et distributeurs pour effectivement obtenir une baisse des publicités imprimées et distribuées

- donner de l'importance au geste de l'usager, impliquer les communes « points de distribution ».

- permettre un suivi sur les boîtes aux lettres

## Reproductibilité

Le renforcement du dispositif Stop-Pub est reproductible sur n'importe quel territoire pour peu que l'on y consacre des moyens au-delà du simple achat des Stop-pubs.