Equiper les boites aux lettres de stop pub en tenant compte des distributeurs : une relation gagnant gagnant !

Communauté d'Agglomération de la Baie de Somme

Auteur :

Place de la Gare Immeuble Garopôle 80100 - Abbeville
80100 Abbeville
Voir le site internet
Laurent Leblond
laurent.leblond@ca-baiedesomme.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

La Communauté de communes de l'Abbevillois s'est engagée dans un programme local de prévention des déchets le 29 novembre 2011.

Une des premières actions retenues a été de permettre aux usagers ne souhaitant pas recevoir des imprimés non sollicités (INS) d'apposer une étiquette "Stop Pub" sur leur boîte aux lettres (BAL).

Nous souhaitions personnaliser cette vignette et la différencier de toutes celles, déjà distribuées lors des différentes campagnes nationales. Ainsi lors du comptage qui aura lieu en fin de la 5ème année, nous aurons le pourcentage total de BAL équipées et le pourcentage de BAL équipées avec nos vignettes.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif est d'augmenter le nombre d'autocollants "stop pub" apposés sur les BAL tout en préservant les emplois des personnes qui distribuent ces INS.

En 2015, nous souhaiterions que 15% des foyers soient équipés d'une vignette.

Résultats quantitatifs

En 2011, nous étions à 8% de BAL équipées et 823 vignettes distribuées.

En 2012, nous étions à 10% de BAL équipées et 2621 vignettes distribuées.

En 2012, 8T ont été évitées (tonnages estimés).

En 2013, nous étions à 10% de BAL équipées et 5000 vignettes distribuées. Nous avons commandé à nouveau 5000 "Stop Pub".

En 2013, 8T ont été évitées (tonnages estimés).

En 2014, nous étions à 14% de BAL équipées et en 2015, nous avons atteint les 15% visés.

Depuis l'opération stop pub se poursuit.

Résultats qualitatifs

L'étiquette de 2011 était plus colorée et plus représentative de l'habitat de la CCA. L'autocollant était personnalisé avec le logo de la CCA.

L'étiquette de 2013 était identique à celle de 2011. Le logo a été actualisé et notre mascotte, conseiller

"amaigrissement" apparaît également.

En 2017, la CA de la Baie de Somme a réalisé une nouvelle étiquette STOP PUB.

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

Cette action vise à créer une relation de confiance entre le distributeur et la CABS, tout en sensibilisant les distributeurs à notre étiquette afin qu'elle soit bien identifiée par leurs salariés.

Planning

Octobre 2011 : Création de la première vignette et communiqué de presse

Novembre 2011 : Distribution pendant la SERD

Novembre 2012 : Distribution pendant la SERD et communiqué de presse

2013 : réunion avec MEDIAPOST pour présenter notre étiquette et se fixer un objectif commun d'équipement de BAL.

Novembre 2013 : Ajout de notre mascotte sur la vignette créée en 2011 et communiqué de presse

Avril 2019 : Nouvelle étiquette imprimée.

La vignette est disponible dans les différents accueils de mairie de nos 43 communes, de la communauté d'agglomération (4 déchetteries communautaires incluses) et des bailleurs sociaux. Aujourd'hui, plus de 50 points sont équipés de stop pub.

L'étiquette est remise sur simple demande. Nous souhaitions effectivement que ce soit une démarche responsable de l'usager.

Moyens humains

Animatrice de prévention pour la conception

Chargé de communication pour l'infographie

En 2011, 0.03 ETP ont été dédié à l'action.

En 2012, 0.03 ETP ont été dédié à l'action.

En 2013, 0.05 ETP ont été dédié à l'action.

Et depuis c'est environ 0.03 ETP qui sont dédié à cette action. En 2019, la création de l'autocollant à fait augmenter ce taux à un peu plus de 0.06 ETP.

Moyens financiers

Impression chez un imprimeur local.

En 2011, 5 000 autocollants pour 829 € TTC

En 2013, 5 000 autocollants pour 1 055 € TTC

En 2019, 4 000 autocollants pour 720 € TTC

Moyens techniques

Conception en interne

Impression chez un imprimeur local.

Partenaires mobilisés

La **ville d'Abbeville** qui distribue les autocollants dans divers accueils de la ville et les mairies rurales de la CABS

HBDS (ex **ODA**), bailleur social distribue également les autocollants dans ses deux antennes de quartier.

La **Maison pour Tous**, association d'éducation populaire et d'animation socio-éducative située sur Abbeville.

L'**association 2ème Chance**, acteur du réemploi ayant conventionnée avec la CABS située sur Abbeville.

MEDIAPOST, distributeur de PNS

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

La qualité adhésive de l'autocollant doit être fiable afin qu'il dure le plus longtemps.

La CCA a invité les distributeurs de son territoire à une présentation de l'autocollant "Stop pub". Mediapost est venue à cette présentation. C'est une "Relation gagnant-gagnant" car la CCA et Mediapost se sont mis d'accord sur le pourcentage d'équipement des boites aux lettres et sur le comptage des BAL stickées en année 5.

Concernant la communication, nous lançons un communique de presse chaque année lors de la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets , un message sur les panneaux numériques de la Ville d'Abbeville et une information aux usagers des communes rurales de la CCA via les mairies.

Depuis 2017, la CABS poursuit cette action. La mascotte a été conservée.

Difficultés rencontrées

aucune difficulté

Recommandations éventuelles

L'action est facilement reproductible car elle demande peu de moyens financiers.

Mots clés

CENTRE DE TRI | CONSOMMATEURS | MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Mars 2022
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Aline BLIN
aline.blin@ademe.fr
Direction régionale Hauts-De-France