Réduction des prospectus Publicitaires

Communauté d'Agglomération Tours Plus

Auteur :

60 Avenue Marcel Dassault
Cs 30651
37206 Tours
Voir le site internet
Pierre Weiss
p.weiss@agglo-tours.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Nos boîtes à lettres se trouvent souvent remplies par des prospectus, des publicités ou des journaux gratuits. Ces imprimés non sollicités représentent en moyenne chaque année 40 kg/hab/foyer (données boites à lettres témoins Tour(s)plus). Le simple geste d'apposer une étiquette Stop à la Pub permettrait de réduire la distribution de ces publicités mais également et surtout leur production.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- 20% de nouveaux foyers équipés d'un Stop Pub
- Baisse de production des annonceurs publicitaires.
- Baisse des tonnages
- Inciter à la dématérialisation

Résultats quantitatifs

Nous sommes passés de 15 393 étiquettes stop pub d'apposés sur les boîtes à lettres en 2011 à 24 393 en 2015 soit un taux d'apposition qui est passé de 11 % à 16,4 %.

Nous avons également constaté une baisse du tonnage des papiers entrant au centre de tri de 1.5% entre 2011 et 2015.

Résultats qualitatifs

Nous avons travaillé sur le respect du Stop Pub par les distributeurs, en leur envoyant à tous des courriers officiels, leur stipulant de bien respecter l'étiquette Stop Pub et donc la volonté des usagers de ne pas recevoir d'imprimés non solicités.

MISE EN OEUVRE

Planning

Etape	Réalisation
Recensement du nombre de boîtes à lettres déjà équipées d'un stop pub	février 2011
Création et édition de stop pubs	2010

Mise en place de boite à lettres témoins	Avril à Décembre 2011
Mise à disposition des stop pubs en mairie, commerce de proximité	Septembre 2012
Prise de contact auprès des distributeurs pour informer des quantités de stop pub apposés pour qu'ils mettent à jour leurs nombres d'imprimés et pour que les stop-pub soient respectés	2013
Prise de contact auprès des annonceurs et enseignes émettant de la pub pour leur indiquer les quantités de stop pub distribués et qu'ils ajustent les quantités de prospectus éditées, et privilégient la dématérialisation	2013

Moyens humains

Comité de pilotage PLP

Chargé de mission PLP

Société GOODBY

Moyens financiers

Le coût des étiquettes Stop Pub pour Tour(s)plus s'élève à 3 600 €.

Partenaires mobilisés

- La Poste
- Mairie
- Commerces de proximité
- Touraine Propre
- Distributeur ADREXO

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Reproductible très facilement.

Nous avons décidé en 2016 de continuer à alimenter les mairies et commerces de proximité qui le désiraient en étiquettes Stop Pub, mais nous répondons en parallèle aux demandes arrivées par mail à Tour(s)plus afin d'envoyer les étiquettes "Stop Pub" par voie postale aux usagers.

Difficultés rencontrées

Création d'une étiquette Stop Pub à l'image de la campagne de communication "Nos Actions ont du Poids" et donc unique sur notre territoire.

Sensibilisation de la population au bien fondé du Stop Pub par l'intermédiare d'une campagne d'affichage.

Mots clés

CENTRE DE TRI | MENAGE | ADMINISTRATION PUBLIQUE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019
Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr
sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Julie BARTHELEMY
julie.barthelemy@ademe.fr
Direction régionale Outre Mer