
Refuser les publicités dans les boîtes aux lettres

Smictom de la Vallée de l'Authion

4 Bd des Entrepreneurs
Bp 55
49250 Beaufort-en-Vallée
[Voir le site internet](#)

Auteur :

Amaury Mabit
a.mabit@smictomauthion.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE

La publicité représente 35 kg / an / foyer en France. L'action consiste à informer les habitants sur les enjeux du stop-pub et des alternatives à la publicité imprimée sur papier, reçue en boîtes aux lettres.

Depuis plusieurs années, le SMICTOM met à disposition de ses usagers l'autocollant stop-pub.

La mise à disposition du stop-pub sur le territoire est améliorée.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Généraliser l'usage du stop-pub sur le territoire,

Atteindre un taux d'équipement des boîtes aux lettres de 20 % sur le territoire,

Augmenter la distribution des autocollants « stop-pub » et l'émergence de relais de distribution (existence d'un point de distribution actif sur chaque commune),

Mettre en place un point relais par commune pour la distribution et l'information sur le refus de la publicité.

Résultats quantitatifs

2840 boîtes aux lettres équipées depuis 2010.

Taux d'équipement : 18,5%

Résultats qualitatifs

Mise en place d'une opération boîtes aux lettres témoins sur le territoire : 5 familles participantes durant 6 mois, de juillet 2010 à janvier 2011.

Dans sa « lettre d'information » jointe à la facture annuelle, le SMICTOM a inclus un Stop-Pub à détacher et à coller sur la boîte aux lettres. Par cette action, le SMICTOM espère booster le nombre de boîtes aux lettres équipées en 2016.

MISE EN OEUVRE

Planning

- 2010 : état initial des BAL équipées d'un message stop pub
- 2011 à 2016 : état annuel des BAL équipées d'un message stop-pub
- 2010-2011 : mise en place de BAL témoins
- 2010 : mise en place d'un système de comptage des autocollants distribués au SMICTOM (les mairies se fournissent auprès du SMICTOM)
- 2011 : création d'une sensibilisation visuelle sur le stand prévention déchets
- 2011 à 2014 : communication thématique (site internet, bulletin annuel, BIM des mairies intéressées)
- 2012 à 2015 : vérification de la disponibilité d'autocollants dans les Mairies
- 2016 : envoi d'un Stop-Pub à chaque usager du territoire via la redevance annuelle

Moyens humains

Animateur du PLP

Moyens financiers

- Coût des Stop-Pub : gratuit, distribution par le Département.
- Envoi à chaque usager en 2016 : 1 600 € TTC (impression, insertion)

Moyens techniques

Maquette autocollant Stop-Pub.

Partenaires mobilisés

- Communes,
- Prestataire pour l'envoi aux usagers.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Oui

Difficultés rencontrées

L'insertion d'un autocollant dans une lettre d'information devrait être efficace : 100% des usagers touchés.

Recommandations éventuelles

Attention à la qualité de l'autocollant inséré dans un document.

Mots clés

MENAGE | STOP PUB | PAPIER

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Administrateur OPTIGEDE

administrateur.optigede@ademe.fr

Direction régionale toutes les régions