



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 112967

Texte de la question

M. Marc Francina appelle l'attention de Mme la ministre de l'écologie et du développement durable sur les modalités d'application du dispositif visant une diminution des déchets issus des imprimés publicitaires et gratuits sans adresse, par l'apposition d'un autocollant « stop pub » sur les boîtes aux lettres. Un foyer français reçoit environ 40 kilogrammes d'imprimés non sollicités par an. Au total, 18 milliards d'imprimés sont produits chaque année ce qui équivaut à 830 000 tonnes de papiers. Tout ce volume d'imprimés augmente de facto le volume des ordures ménagères. Par conséquent, ce gaspillage a un coût à la fois écologique mais aussi économique particulièrement important. En outre, le dispositif « Stop Pub » mis en place par les pouvoirs publics s'avère inefficace. En effet, rien n'oblige réellement les sociétés de distribution à respecter cet autocollant. C'est pourquoi, dans un objectif de préservation de l'environnement et de respect du choix des citoyens face à la publicité qui leur est imposée, il souhaiterait savoir si elle envisage, d'une part, l'adoption d'une loi garantissant le respect des autocollants antipublicitaires, sous peine de sanction, comme c'est déjà le cas au Portugal, en Allemagne et dans la région de Bruxelles. D'autre part, il lui demande sa position sur la mise en place d'une taxe obligatoire, pour les distributeurs, qui leur ferait ainsi supporter le coût intégral du traitement des déchets générés.

Texte de la réponse

La ministre de l'écologie et du développement durable a pris connaissance, avec intérêt, de la question relative à l'opération Stop Pub et à la mise en place d'une contribution des émetteurs d'imprimés au traitement des déchets produits. La prévention des déchets est l'une des priorités du ministère, comme en témoigne le Plan national de prévention de la production de déchets, et l'opération d'incitation à l'apposition de l'autocollant Stop Pub s'inscrit dans le cadre de cet objectif. Les imprimés publicitaires et gratuits tiennent une place importante dans les déchets ménagers : chaque foyer reçoit, en moyenne, dans sa boîte à lettres, quarante kilos d'imprimés sans adresse (prospectus, catalogues publicitaires, journaux gratuits) par an. Trois millions d'autocollants Stop Pub ont ainsi été diffusés en 2004 et une nouvelle série, imprimée à six millions d'exemplaires, est à la disposition des collectivités territoriales depuis le début de l'année 2006. Les diffuseurs d'imprimés non adressés se sont engagés à respecter l'autocollant en ne distribuant plus ces imprimés dans les boîtes à lettres des foyers l'ayant apposé, grâce à une information adaptée auprès des personnes qui distribuent. Cet engagement s'inscrit dans une démarche qualitative menée par les diffuseurs d'imprimés non adressés, visant à améliorer l'efficacité de ces médias, en orientant la distribution vers les habitants les plus réceptifs. Les collectivités qui ont mis en place un suivi des réclamations (contact du diffuseur et de l'annonceur en cas de distribution d'imprimés non adressés malgré l'autocollant) n'ont généralement pas à déplorer de problème persistant. Il n'a pas été jugé utile d'engager une démarche contraignante sur ce point ; en effet, les démarches volontaires bien acceptées sont souvent plus efficaces que la mise en place d'un dispositif répressif qui pose la question des moyens. En outre, il ne semble pas opportun d'affecter des ressources importantes sur ce sujet, alors même que des renforts sont nécessaires sur de nombreux domaines d'activités du ministère. Cependant, ce dispositif seul n'est pas suffisant et il convient de le compléter par un dispositif obligatoire. En

effet, il n'est pas normal que les coûts d'élimination de ces imprimés non sollicités reviennent au seul contribuable local. Aussi, l'article L. 541-10-1 modifié du code de l'environnement prévoit l'instauration d'une contribution des personnes mettant ou faisant mettre à disposition des particuliers des imprimés non sollicités (à l'exception des journaux d'information et des publicités adressées) aux coûts d'élimination de ces déchets. Le décret d'application de cet article de loi a été publié le 2 mars 2006. Cette contribution, proportionnelle aux quantités d'imprimés distribués, sera reversée aux collectivités locales, qui pourront bénéficier dès 2007 des premiers versements pour les tonnages collectés en fin d'année 2006, selon un barème fixé par le décret du 23 décembre 2006. Ainsi, l'internalisation d'une partie des coûts d'élimination des déchets d'imprimés devrait inciter les annonceurs à diminuer les quantités distribuées. Ce dispositif et l'opération Stop Pub permettront à la fois de réduire la quantité d'imprimés distribués, d'assurer une répartition des coûts de collecte et de valorisation plus juste et de donner à chacun la liberté de ne plus recevoir d'imprimés non adressés.

Données clés

Auteur : [M. Marc Francina](#)

Circonscription : Haute-Savoie (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 112967

Rubrique : Déchets, pollution et nuisances

Ministère interrogé : écologie

Ministère attributaire : écologie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 décembre 2006, page 12861

Réponse publiée le : 17 avril 2007, page 3746