



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 76884

Texte de la question

M. Jean-Claude Guibal attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie et du développement durable sur la campagne nationale de réduction des déchets. Cette campagne a pour but de sensibiliser les Français à la réduction de la production de déchets. Elle s'inscrit également dans la continuité du programme national de prévention des déchets qui visait notamment la réduction des volumes de sacs de caisse et le lancement de STOP-PUB, soit la réduction des volumes de magazines, dépliants publicitaires dans les boîtes aux lettres. Basée sur la démarche du citoyen, qui apposait un autocollant « Stop pub » sur sa boîte aux lettres, cette action ne s'attaquait pas aux émetteurs de ces documents. En conséquence, il lui demande si des résultats encourageants ont été relevés sur l'action Stop pub et si le Gouvernement envisage de demander la réduction des offres publicitaires par le biais des magazines, dépliants ou autres à ceux qui les publient.

Texte de la réponse

La ministre de l'écologie et du développement durable a pris connaissance, avec intérêt, de la question relative à la réduction des déchets et à celles des imprimés non sollicités. La prévention des déchets est l'une des priorités du ministère et des objectifs ont été fixés en la matière. Chaque Français produit aujourd'hui environ 1 kilo d'ordures ménagères par jour, soit 360 kilos par an. Parmi ces déchets, 290 kilos sont actuellement envoyés en décharge ou en incinérateur. L'objectif fixé pour les prochaines années est de porter ce chiffre à 250 kilos en 2010 et 200 kilos en 2015. Pour atteindre cet objectif, deux priorités doivent être respectées : le recyclage, bien entendu, mais également la prévention de la production de déchets. À ce titre, le Plan national de prévention de la production de déchets, rendu public le 11 février 2004, fixe un cadre pour des actions à mener par les différents acteurs concernés par cette problématique. Pour les actions développées à partir du Plan national de prévention de la production de déchets, telle l'opération « Stop pub », un cadre non contraignant a été choisi afin de faciliter l'approbation de la problématique par tous les acteurs concernés. Chaque foyer reçoit, en moyenne, par an, dans sa boîte à lettres, 40 kilos d'imprimés sans adresse (prospectus, catalogues publicitaires, journaux gratuits). L'opération « Stop pub » consiste à diffuser un autocollant, permettant, à tous ceux qui le désirent, de ne plus recevoir de publicités non adressées dans leur boîte à lettres. Trois millions d'autocollants ont ainsi été diffusés aux collectivités locales et aux associations pour qu'elles les distribuent aux particuliers. Cette opération contribue au développement de l'éco-citoyenneté. En effet, l'apposition de l'autocollant est un geste simple qui permet à chacun de participer à la protection de l'environnement, notamment par la réduction de la production de déchets. 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. Comme annoncé lors des deuxièmes rencontres nationales de la prévention des déchets, en octobre

dernier, l'opération « Stop pub » se poursuit. Une nouvelle série d'autocollants a été imprimée à trois millions d'exemplaires et est désormais à la disposition des collectivités locales. Enfin, il n'est pas normal que les coûts d'élimination de certains imprimés, lorsqu'ils n'ont pas été 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 reçu, début janvier 2006, un avis favorable du Conseil d'État et a été publié le 2 mars 2006.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Claude Guibal](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 76884

Rubrique : Déchets, pollution et nuisances

Ministère interrogé : écologie

Ministère attributaire : écologie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 1er novembre 2005, page 10087

Réponse publiée le : 22 août 2006, page 8811