



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 81597

Texte de la question

Plusieurs dizaines de militants « antipub » ont manifesté début décembre 2005 à Paris dans le cadre d'une « journée nationale » pour protester contre « l'agression » des prospectus publicitaires distribués dans les boîtes aux lettres. Plusieurs associations, Résistance à l'agression publicitaire (RAP), le Centre national d'information indépendante sur les déchets (CNID), la brigade antipub ou les jeunes écologistes de Chiche !, sont à l'origine de cette « quatrième journée de déversement de prospectus publicitaires ». À Paris, sur un trottoir du 10e arrondissement, mais aussi dans une vingtaine de villes françaises, des prospectus ont été entassés pour sensibiliser le public sur le coût et la masse que représentent les déchets publicitaires, soit 40 kilogrammes par an et par boîte aux lettres, 110 millions d'euros pour la collectivité. Selon ces organisations, le Gouvernement a distribué trois millions d'autocollants antipublicitaires mais ceux-ci n'ont pas de valeur contraignante pour les distributeurs de prospectus. Les associations revendiquent donc une loi garantissant le respect des autocollants antipublicitaires apposés sur les boîtes aux lettres, une taxe obligatoire pour les distributeurs leur faisant supporter le coût réel du traitement des déchets et un programme de réduction des déchets à la source car selon elles « le meilleur déchet est celui qui n'existe pas ». Compte tenu de la teneur de ces revendications, Mme Chantal Robin-Rodrigo demande désormais à Mme la ministre de l'écologie et du développement durable de lui indiquer la position et les intentions du Gouvernement à leur sujet.

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 aux 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'écocitoyenneté. 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 : [Mme Chantal Robin-Rodrigo](#)

Circonscription : Hautes-Pyrénées (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 81597

Rubrique : Déchets, pollution et nuisances

Ministère interrogé : écologie

Ministère attributaire : écologie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 décembre 2005, page 11694

Réponse publiée le : 25 avril 2006, page 4446