



# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

## déchets ménagers

Question écrite n° 60280

### Texte de la question

M. Jean-Pierre Vigier attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie sur la progression constante du volume de prospectus publicitaires non adressés dans les boîtes aux lettres des particuliers. En effet, selon une enquête d'une association de consommateurs, entre 2004 et 2014, la distribution de prospectus a augmenté de 35 %. Si l'autocollant « Stop Pub » semble efficace contre la prolifération d'imprimés non adressés (en moyenne 12 prospectus et 371 grammes pour les boîtes équipées contre 72 prospectus pour un poids moyen de 2,7 kilogrammes soit une réduction de 83,3 % du volume et 86,3 % du poids), le taux d'équipement des ménages en autocollant ne dépasse pas les 9 %. De plus, même si on constate une réduction sensible du volume et du poids des prospectus publicitaires non adressés, l'autocollant « Stop pub » ne semble pas totalement dissuasif puisque même les particuliers équipés continuent de recevoir en moyenne 12 prospectus publicitaires. Au-delà de l'impact environnemental, ces imprimés non adressés engendrent des coûts conséquents associés à la gestion des déchets. En effet, les opérations de la collecte du papier jusqu'à son élimination sont ainsi estimées à 231 millions d'euros pour l'ensemble du papier. Les consommateurs réclament des mesures concrètes pour continuer les efforts de réduction des prospectus publicitaires initiés en 2004 par le lancement du plan national sur la prévention des déchets. C'est pourquoi il lui demande si elle envisage de faire exécuter un audit sur le financement du recyclage du papier et d'instaurer des pénalités à l'encontre des publicitaires irrespectueux.

### Texte de la réponse

Le Gouvernement est très attaché à la prévention de la pollution publicitaire dans les boîtes aux lettres. Ces papiers usagés sont à réduire à la source étant des déchets qu'il faut trier avec tous les inconvénients induits pour l'environnement et les problèmes d'acceptabilité par les riverains des installations de traitement. Dans l'objectif de permettre à tous ceux qui le désirent de ne plus recevoir de publicités non adressées dans leur boîte à lettres, le ministère en charge du développement durable a initié l'opération « Stop pub » dans le cadre du plan national de prévention 2004-2013. 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. Dans le cadre de la mise en place des plans et programmes locaux de prévention, la mise à disposition d'autocollants par les collectivités pour les citoyens intéressés s'est poursuivie, notamment grâce aux soutiens accordés par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME). De plus, les collectivités et associations désireuses de développer une opération « Stop pub » disposent depuis 2010 d'une boîte à outils reprenant les étapes clés nécessaires à l'optimisation d'une telle opération. Le « Stop pub » apparaît être respecté dans 75 % des cas. Les opérations « foyer témoin » menées en 2008 par l'ADEME en lien avec des associations et des collectivités locales, montrent que l'apposition d'un autocollant « Stop pub » sur la boîte aux lettres permet de réduire de 90 % la quantité de publicités reçues, ce qui représente une économie de 14 kg de papier par an et par personne participant à ce

geste. La poursuite de ce dispositif est essentielle. Ainsi, le plan de prévention 2014-2020, en cours de finalisation, en prévoit le renforcement au travers des actions suivantes : - assurer la visibilité de la boîte à outils « Stop pub » élaborée par l'ADEME ; - réaffirmer voire élargir la charte d'engagement conclue lors du plan de 2004, et notamment étudier la possibilité de son adaptation aux entreprises, ainsi que de remobiliser les émetteurs (commerces) et les diffuseurs ; - promouvoir la conclusion d'accords locaux en la matière, notamment entre les collectivités territoriales qui promeuvent l'action et les distributeurs locaux, afin d'assurer la formation de leurs personnels et un respect encore meilleur de l'autocollant.

## Données clés

**Auteur :** [M. Jean-Pierre Vigier](#)

**Circonscription :** Haute-Loire (2<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 60280

**Rubrique :** Déchets, pollution et nuisances

**Ministère interrogé :** Écologie, développement durable et énergie

**Ministère attributaire :** Écologie, développement durable et énergie

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [15 juillet 2014](#), page 5942

**Réponse publiée au JO le :** [4 novembre 2014](#), page 9319