



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

### déchets ménagers

Question écrite n° 60283

#### Texte de la question

M. Daniel Boisserie 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. Selon une enquête du magazine *Que choisir*, entre 2004 et 2014, la distribution de prospectus a augmenté de 35 %, mais l'utilisation des autocollants « Stop pub » par les particuliers aurait été suffisamment efficace pour réduire ce volume de 83,3 %. Cependant, on se trouve confronté à un double problème : d'un côté, d'aucuns jugent que cette réduction n'est pas assez significative, et que le volume de prospectus publicitaires engendre des coûts conséquents associés à la gestion des déchets ; de l'autre, les acteurs des filières du papier et de l'imprimé alertent les parlementaires sur les conséquences économiques et sociales potentiellement catastrophiques d'une réduction encore plus drastique du volume de prospectus. Ils rappellent également les nombreux efforts déjà réalisés tant sur le choix d'un papier responsable, recyclé ou certifié, que sur l'impression, le choix des encres, la distribution ou le recyclage. Il lui demande donc son avis sur ce problème et souhaite connaître ses pistes d'étude afin de trouver un point d'équilibre entre la satisfaction des particuliers, le souci environnemental et l'économie de la filière papier.

#### 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. Daniel Boisserie](#)

**Circonscription :** Haute-Vienne (2<sup>e</sup> circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 60283

**Rubrique :** Déchets, pollution et nuisances

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

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

## Date(s) clé(e)s

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

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