



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 61718

Texte de la question

M. Olivier Falorni attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie sur la pollution publicitaire dans nos boîtes à lettres. En 2004 a été lancée la grande campagne nationale sur la prévention des déchets avec la création du slogan « Stop Pub ». 10 années plus tard, le résultat n'est pas à la hauteur. Si l'autocollant collé sur la boîte aux lettres fait diminuer environ de 3 % le volume de publicités non adressées, il reste que seulement 9 % des foyers en étaient équipés en 2011. En effet, l'association UFC Que Choisir a mené une enquête sur la distribution des publicités non adressées et en a divulgué les résultats. L'étude a démontré par ailleurs une inquiétante croissance de la publicité. Pour le département de la Charente-Maritime, le volume de prospectus distribué représente 785 tonnes. En 10 ans, le poids moyen de ces publicités est passé de 2kg/ménage à 2,8 kg en 2014. Sur le plan national, les 2,9 milliards dépensés chaque année en prospectus par les annonceurs français, soit 45€ par habitant, sont répercutés dans les prix de vente. Il appartient donc au gouvernement qui semble se désengager depuis 2009, laissant aux collectivités le soin de financer leurs propres opérations, de se prononcer sur les coûts tant financiers qu'écologiques et leurs conséquences sur les consommateurs et sur la planète. Aussi, il lui demande de bien vouloir lui indiquer quelles sont les intentions du Gouvernement sur cette question dans le cadre de l'élaboration du projet de loi sur la transition énergétique.

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. Olivier Falorni](#)

Circonscription : Charente-Maritime (1^{re} circonscription) - Radical, républicain, démocrate et progressiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 61718

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 : [29 juillet 2014](#), page 6343

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