

14ème législature

Question N° : 7018	De M. Xavier Breton (Union pour un Mouvement Populaire - Ain)	Question écrite
Ministère interrogé > Écologie, développement durable et énergie		Ministère attributaire > Écologie, développement durable et énergie
Rubrique > déchets, pollution et nuisances	Tête d'analyse > déchets ménagers	Analyse > prospectus publicitaires. réduction.
Question publiée au JO le : 16/10/2012 Réponse publiée au JO le : 03/06/2014 page : 4532 Date de changement d'attribution : 03/04/2014 Date de renouvellement : 09/04/2013 Date de renouvellement : 18/02/2014		

Texte de la question

M. Xavier Breton attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie sur la progression du volume des journaux, publicités et courriers divers qui encombrant journalièrement les boîtes aux lettres des particuliers et souvent même souillent l'environnement, ne tenant pas compte des avis de refus signifiés par les intéressés. En conséquence, il lui demande quelles mesures pourraient être mises en œuvre contre ces abus et, le cas échéant, en examinant la possibilité d'alourdir la fiscalité applicable aux distributeurs si elle existe.

Texte de la réponse

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 de l'écologie, du développement durable et de l'énergie a initié l'opération « Stop Pub ». Neuf millions d'autocollants ont ainsi été diffusés aux collectivités locales et aux associations pour qu'elles les distribuent aux particuliers. 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. Dans le cadre de la mise en place de programmes locaux de prévention, mentionnée à l'article 46 de la loi n° 2009 967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en oeuvre du Grenelle de l'environnement et reprise à l'article L. 541 15 1 du code de l'environnement, la mise à disposition d'autocollants par les collectivités pour les citoyens intéressés peut être 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 désormais d'une boîte à outils mise en ligne par l'ADEME sur le site optigede.ademe.fr et reprenant les étapes clés nécessaires à l'optimisation d'une telle opération. D'autre part, afin de responsabiliser les émetteurs jusqu'à la fin de vie de leurs produits, le principe de responsabilité élargie du producteur a été mis en place pour la filière des papiers graphiques et notamment pour les donneurs d'ordre d'imprimés. L'article L. 541 10 1 du code de l'environnement instaure leur contribution aux coûts d'élimination des déchets ménagers et assimilés issus de leurs produits. Les émetteurs d'imprimés (à l'exception

notamment des journaux d'information) doivent verser une contribution à ÉcoFolio, organisme agréé par les pouvoirs publics, proportionnelle aux tonnages d'imprimés émis. Ainsi, l'internalisation d'une partie des coûts d'élimination des déchets d'imprimés doit inciter les annonceurs à diminuer les quantités distribuées et notamment déposées dans les boîtes à lettres. Ainsi, le dispositif en place, qui couple l'information « Stop Pub » et la contribution au recyclage des papiers, apparaît répondre aux effets induits de ces services publicitaires.