

## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>8411</b>	De <b>M. Philippe Meunier</b> ( Union pour un Mouvement Populaire - Rhône )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Écologie, développement durable et énergie		<b>Ministère attributaire</b> > Écologie, développement durable et énergie
<b>Rubrique</b> > déchets, pollution et nuisances	<b>Tête d'analyse</b> > déchets ménagers	<b>Analyse</b> > prospectus publicitaires. réduction.
Question publiée au JO le : <b>30/10/2012</b> Réponse publiée au JO le : <b>03/06/2014</b> page : <b>4533</b> Date de changement d'attribution : <b>03/04/2014</b> Date de renouvellement : <b>29/01/2013</b> Date de renouvellement : <b>07/05/2013</b> Date de renouvellement : <b>13/08/2013</b> Date de renouvellement : <b>19/11/2013</b> Date de renouvellement : <b>25/02/2014</b>		

### Texte de la question

M. Philippe Meunier 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 journallement les boîtes aux lettres des particuliers, 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.

### 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 » 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. 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 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 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 réception de publicités non adressées, 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 essentiel. 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.