



## 15ème législature

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Question N° :</b><br><b>2458</b>  | De <b>M. Laurent Garcia</b> ( Mouvement Démocrate et apparentés -<br>Meurthe-et-Moselle ) | <b>Question écrite</b>  |
| <b>Ministère interrogé</b> > Transition écologique et<br>solidaire   |   | <b>Ministère attributaire</b> > Transition écologique et<br>solidaire |
| <b>Rubrique</b> > consommation   | <b>Tête d'analyse</b><br>> Pollution publicitaire   | <b>Analyse</b> > Pollution publicitaire.                              |
| Question publiée au JO le : <b>31/10/2017</b><br>Réponse publiée au JO le : <b>14/08/2018</b> page : <b>7448</b><br>Date de renouvellement : <b>06/02/2018</b><br>Date de renouvellement : <b>22/05/2018</b> |   |   |

### Texte de la question

M. Laurent Garcia attire l'attention de M. le ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire, sur les coûts écologiques et économiques de la pollution publicitaire. Malgré le développement du dispositif « StopPub », la distribution des prospectus publicitaires est évaluée à 2,7 kg par ménage en moyenne chaque mois, soit environ 72 prospectus dont une infime proportion en papier recyclé. Cela interroge sur le coût réel de ces publicités pour les consommateurs : en amont, il serait de 45 euros par an et par habitant, en partant du postulat que les 3 milliards d'euros dépensés chaque année par les annonceurs français sont répercutés dans les prix de vente de leurs produits ; en aval, il convient de rappeler que c'est le contribuable qui est en charge du coût du recyclage des déchets, ce qui n'incite pas à la réduction du nombre de publicités non adressées par les professionnels. Il souhaiterait connaître les mesures que pourrait prendre le Gouvernement afin de sensibiliser énergiquement, voire financièrement, les distributeurs qui ne respecteraient pas le dispositif « StopPub » et afin de mener un audit sur le coût du traitement de ces déchets.

### Texte de la réponse

La prévention de la distribution des imprimés publicitaires non sollicités dans les boîtes aux lettres participe à la prévention des déchets. L'opération « Stop Pub » a été initiée dans le cadre du plan national de prévention 2004-2013, et le Gouvernement s'est fixé comme objectif de renforcer sa visibilité et ses effets dans le cadre du plan 2014-2020. Ainsi, lors de la mise en place des programmes locaux de prévention des déchets, la mise à disposition d'autocollants par les collectivités pour les citoyens intéressés se poursuit, notamment grâce à l'accompagnement logistique et financier de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME). En particulier, les collectivités et associations désireuses de développer une opération « Stop Pub » disposent d'une boîte à outils reprenant les étapes clés nécessaires à l'optimisation d'une telle opération. Cette boîte à outils est disponible sur la plate-forme internet « Optigede » de l'ADEME et accessible depuis le site internet du ministère de la transition écologique et solidaire. Les opérations « foyers témoins » menées 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 est respecté dans 75 % des cas, et 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. Le Gouvernement est particulièrement attaché à renforcer ces actions de sensibilisation à la prévention des déchets, en cohérence avec la feuille de route pour l'économie circulaire.

