



15ème législature

Question N° : 4738	De M. Jean-Luc Lagleize (Mouvement Démocrate et apparentés - Haute-Garonne)	Question écrite
Ministère interrogé > Transition écologique et solidaire		Ministère attributaire > Transition écologique et solidaire
Rubrique > publicité	Tête d'analyse > Lutte contre les imprimés non sollicités	Analyse > Lutte contre les imprimés non sollicités.
Question publiée au JO le : 23/01/2018 Réponse publiée au JO le : 14/08/2018 page : 7459 Date de signalement : 27/03/2018		

Texte de la question

M. Jean-Luc Lagleize interroge M. le ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire, sur les intentions du Gouvernement en matière de lutte contre les imprimés non sollicités. En effet, les boîtes aux lettres des concitoyens se trouvent souvent remplies par des prospectus, publicités ou journaux gratuits qui y sont déposés sans être spécifiquement ou nommément adressés à leurs destinataires. Si les quantités de ces imprimés non sollicités ont tendance à baisser depuis 2010, elles continuent néanmoins d'être élevées : près de 800 000 tonnes en France en 2015, ce qui correspond à une moyenne de 12 kg par habitant sur une année ou à 30 kg par foyer. Les imprimés publicitaires représentent 89 % de ces quantités, les catalogues commerciaux, 5 %, la presse des collectivités, 4 %, et les journaux gratuits d'annonces, 2 %. Pour les Français qui ne lisent pas les imprimés non sollicités, qui préfèrent trouver ces informations sur Internet, ou qui désirent ne plus recevoir d'imprimés papier dans leur boîte aux lettres, leur seul moyen de lutter contre ces derniers est d'apposer sur leur boîte aux lettres un autocollant ou une étiquette « Stop pub », mentionnant le refus de recevoir ce type d'imprimés. Même si cet autocollant est mis gratuitement à disposition des particuliers qui souhaitent manifester leur refus de recevoir les publicités non adressées, il reste encore trop peu connu et utilisé. En outre, ce dispositif de prévention est non contraignant et n'empêche donc pas les annonceurs de distribuer des imprimés publicitaires non sollicités malgré la présence de l'autocollant « Stop pub », créant ainsi une masse considérable de déchets issus de ces imprimés. Il semble donc aujourd'hui important de mobiliser largement les Français autour de cette initiative « Stop pub » et de réfléchir à des mécanismes innovants, législatifs ou réglementaires, pour contraindre les annonceurs à respecter la volonté des citoyens ayant exprimé leur refus de recevoir des imprimés publicitaires non sollicités. Il l'interroge donc sur les intentions du Gouvernement en matière de renforcement de la lutte contre les imprimés non sollicités.

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 respectée 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.