ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 60281

Texte de la question

M. Jean-Louis Bricout alerte Mme la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie sur la pratique des enseignes de grande distribution qui distribuent trop de publicité papier. Dix ans après le lancement du plan national sur la prévention des déchets, à l'origine de la campagne « Stop pub » de réduction de la pollution publicitaire des boîtes aux lettres, l'UFC-Que choisir a rendu publics les résultats inquiétants d'une enquête sur la distribution des publicités non adressées, qui souligne la forte croissance de cette pression publicitaire aux coûts écologiques et économiques colossaux. Ainsi, l'enquête montre que la pression des imprimés non adressés s'est fortement accrue : leur poids moyen sur un mois est passé de 2 kg par ménage en 2004 à 2,7 kg en 2014, soit une augmentation colossale de 35 % en 10 ans. Face à cette déferlante publicitaire, le «Stop pub» fait la preuve de son efficacité. D'après notre enquête, l'apposer sur sa boîte aux lettres permet de diminuer de 83 % le nombre de prospectus reçus, qui chute de 72 à 12 sur un mois. Aussi, et compte tenu de cette réalité, il souhaite savoir si le Gouvernement entend valoriser davantage le dispositif « Stop pub ». Par ailleurs, il souhaite connaître sa position quant à l'éventualité de faire réaliser un audit sur cette question afin de dégager des pistes d'amélioration notamment dans le cadre des débats autour de 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 boite 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. Jean-Louis Bricout
Circonscription : Aisne (3e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 60281
Rubrique : Déchets, pollution et nuisances
Ministère interrogé : Écologie, développement durable et énergie
Ministère attributaire : Écologie, développement durable et énergie

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 15 juillet 2014, page 5942
Réponse publiée au JO le : 4 novembre 2014, page 9319