



# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

## déchets ménagers

Question écrite n° 66798

### Texte de la question

M. Jean-Louis Touraine attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie sur les coûts économiques et écologiques de la pollution publicitaire. Dix ans après le lancement de la campagne nationale sur la prévention des déchets, censée réduire la pollution publicitaire dans les boîtes aux lettres, l'UFC-Que Choisir du Rhône a rendu publics les catastrophiques résultats d'une enquête sur la distribution des publicités non adressées dans le Rhône. En quantifiant le volume de pollution publicitaire induite et en évaluant l'efficacité du « stop pub », l'enquête a démontré une inquiétante croissance de la pression publicitaire. De toute évidence, malgré le développement d'internet, la pression des imprimés non adressés s'est fortement accrue puisque le poids moyen de ces publicités est passé de 2 kg par ménage et par mois, à 2,4 kg par ménage et par mois, dans notre département en 2014. Au vu de ces éléments, il convient de dénoncer le coût réel que représentent les imprimés non adressés pour les consommateurs. En amont, les 2,9 milliards d'euros dépensés chaque année en prospectus par les annonceurs français, soit 45 euros par an et par habitant, sont bien évidemment répercutés sur les prix de vente. En aval, si les émetteurs sont, depuis 2007, responsables du traitement de leurs publicités, l'essentiel du coût reste à la charge des contribuables, ce qui ne constitue pas un système suffisamment incitatif à la réduction des publicités non-adressées. Ainsi, dans l'attente de mesures relatives à la transition écologique et au développement durable, seulement 49 % du papier est aujourd'hui recyclé en France (contre 75 % en Allemagne) et c'est plus de la moitié des 1 800 tonnes mensuelles distribuées sur le département qui sont gaspillées. Dès lors, la réalisation d'un audit par le ministère de l'environnement sur le financement de la gestion des déchets papier, aujourd'hui peu transparent, pourrait permettre de connaître la part réellement payée par les différents émetteurs de papier. De plus, il conviendrait d'instaurer une pénalité financière - inexistante à ce jour - pour les publicitaires qui ne respecteraient pas le « stop pub ». Soucieux de réduire les coûts écologiques et économiques de la pollution publicitaire, il lui demande donc de bien vouloir lui indiquer les intentions du Gouvernement, notamment dans le cadre du projet de loi sur la transition énergétique et du renforcement de l'économie circulaire.

### Données clés

**Auteur :** [M. Jean-Louis Touraine](#)

**Circonscription :** Rhône (3<sup>e</sup> circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 66798

**Rubrique :** Déchets, pollution et nuisances

**Ministère interrogé :** Écologie, développement durable et énergie

**Ministère attributaire :** Écologie, développement durable et énergie

### Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [21 octobre 2014](#), page 8720

**Question retirée le :** 4 novembre 2014 (Retrait à l'initiative de l'auteur)