



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Réduction des nuisances liées aux prospectus publicitaires

Question écrite n° 24807

Texte de la question

M. Hugues Renson alerte Mme la ministre de la transition écologique et solidaire sur les nuisances liées aux prospectus publicitaires. En effet, chaque année plus de 20 milliards de prospectus publicitaires, c'est-à-dire 900 000 tonnes de papier ou 30 kg par an et par foyer, sont distribués dans les boîtes aux lettres des Français par l'ensemble des enseignes, en plus des nombreux papiers jetés sur la voie publique et déposés sur les pare-brise des véhicules. Il s'agit souvent de publicité non sollicitée, dont la production et l'acheminement utilisent produits chimiques et énergie et contribuent au gaspillage des ressources en eau et de papier. Selon l'association « Zero Waste France », un tiers de la consommation de papier à usage graphique est consacré à la publicité sous toutes ses formes : prospectus non adressés, imprimés publicitaires envoyés par mailings et publipostage, catalogues, journaux d'annonces, etc. De plus, le taux de lecture de ces prospectus ne serait que de 13 %. Si le dispositif « Stop pub » a prouvé son succès depuis 2004 afin de réduire son empreinte environnementale, il est aujourd'hui insuffisant. L'application d'amendes lorsque des articles publicitaires sont distribués dans les boîtes aux lettres où une affiche indique le refus de recevoir ceux-ci, comme en Allemagne, pourrait inciter les entreprises à mieux respecter les demandes des Français refusant cette sollicitation. Tout comme une plus grande émission des autocollants « Stop pub » par le ministère de l'écologie, qui s'est peu à peu désengagé du dispositif depuis 2008 laissant aux mairies et aux particuliers le soin de les imprimer et fabriquer, permettrait de faire chuter le nombre de prospectus non sollicités reçus. Ainsi, il lui demande si des mesures additionnelles sont envisagées afin de réduire la quantité de prospectus publicitaires distribués en France, qui sont nocifs pour l'environnement et qui dégradent l'espace public.

Texte de la réponse

Le Gouvernement est très sensible aux problèmes que pose la distribution intempestive de prospectus publicitaires dans les boîtes aux lettres ou sur la voie publique, ce qui est une préoccupation de longue date. C'est d'ailleurs pour prévenir la prolifération de ces imprimés publicitaires, en imposant aux donneurs d'ordre des publicités de contribuer à la gestion des déchets qui résultent de ces imprimés, que la filière dite à responsabilité élargie des producteurs sur les papiers graphiques a été créée. Limitée aux imprimés non sollicités jusqu'en 2008, elle couvre désormais tous les imprimés sur papier, gratuits ou non, ainsi que les publications de presse et les imprimés découlant d'une mission de service public. Ce sont ainsi près de 1,5 million de tonnes de déchets de papiers qui sont traitées dans le cadre de cette filière, dont le taux de recyclage ne cesse de progresser. Si les quantités de ces imprimés non sollicités restent encore trop élevées, elles ont cependant tendance à baisser depuis 2010. Dans ce contexte, le dispositif STOP PUB est un des outils permettant de limiter la diffusion d'imprimés publicitaires. Il n'avait pas paru souhaitable jusqu'ici d'assortir ce dispositif de sanctions. En effet, les donneurs d'ordre des publicités avaient manifesté leur intention de respecter la volonté des personnes de ne pas recevoir de publicités. Cependant, il est exact que ce n'est pas toujours le cas. Il est donc effectivement devenu nécessaire de renforcer ce dispositif et de l'assortir d'une sanction. Ainsi, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire, promulguée le 10 février 2020, prévoit qu'à partir du 1er janvier 2021, le fait de ne pas respecter la consigne émise par le STOP PUB sera passible de l'amende

prévue pour les contraventions de 5ème classe. En outre, il sera aussi interdit de déposer des prospectus sur le pare-brise des véhicules dans la rue. Enfin, et à titre d'information, il n'est pas nécessaire de recourir à un imprimé particulier pour afficher le refus de la distribution de publicités dans les boîtes aux lettres. Ce dispositif n'étant pas obligatoire, il n'est en effet soumis à aucun formalisme particulier. Toute personne peut afficher sur sa boîte aux lettres son refus de la publicité de la manière qu'il souhaite le faire. Un modèle est néanmoins mis gratuitement à la disposition du public sur le site internet du ministère, ce qui permet à chacun d'imprimer le nombre d'étiquettes qu'il souhaite, sans avoir à en faire la demande.

Données clés

Auteur : [M. Hugues Renson](#)

Circonscription : Paris (13^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 24807

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : [Transition écologique et solidaire](#)

Ministère attributaire : [Transition écologique et solidaire](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [26 novembre 2019](#), page 10265

Réponse publiée au JO le : [16 juin 2020](#), page 4255