

Un geste pour la planète



Plus de 13 millions de français ne reçoivent plus
les imprimés publicitaires...

... et 10 millions d'autres sont prêts à les suivre !

Où en êtes-vous ?

Le STOP PUB en quelques chiffres :



- 18% de français ont adopté le STOP PUB sur leur boîte aux lettres ⁽¹⁾
- 14% supplémentaires sont prêts à l'adopter mais ne l'ont pas encore fait ⁽¹⁾
- Une boîte aux lettres reçoit en moyenne 40 kg de prospectus par an ⁽²⁾
 - Il faut abattre un arbre adulte pour produire 40 kg de papier ⁽²⁾
 - Le taux de recyclage du papier en France est de 55% seulement ⁽³⁾
- 1 million de tonnes de prospectus sont jetés à la poubelle chaque année ⁽²⁾
 - Le traitement de ces déchets coûte 200 millions d'euros par an ⁽²⁾
 - Un autocollant STOP PUB coûte moins de 10 centimes et permet d'économiser 8 euros par an ⁽⁴⁾
 - Une mairie qui investit dans le STOP PUB rentabilise 100 fois son investissement dès la première année ⁽⁴⁾

(1) Source : Etude Bonial Opinion Way 2015

(2) Source : ADEME

(3) Source : Ecofolio

(4) Tarif Stoppub.fr à partir de 1000 autocollants



***Cher(e)s élu(e)s,
Cher(e)s concitoyen(ne)s,***

Lancé pour la première fois en France en 2004 par le Ministère de l'Écologie et du Développement Durable, l'autocollant STOP PUB a été largement distribué jusqu'en 2008.

En 2009, après avoir constaté qu'une collectivité sur deux n'en proposait pas (ou plus) et devant le fait que le ministère invitait désormais chaque collectivité à reprendre à son compte la continuité du dispositif, j'ai décidé de créer le premier organisme de distribution de l'autocollant STOP PUB.

Stoppub.fr propose de fournir des autocollants STOP PUB de qualité (avec une garantie de 10 ans en exposition extérieure) et accompagne les collectivités et associations environnementales dans leurs opérations STOP PUB.

Leader sur ce marché, Stoppub.fr a gagné sa réputation auprès des acteurs du domaine en offrant une réelle expertise environnementale et en maintenant une veille juridique et documentaire essentielle à la performance du dispositif STOP PUB.

Forts d'un réseau de plus de 500 000 utilisateurs et 75 000 clients et partenaires, Stoppub.fr met sa performance et sa compétitivité économique au service de la protection de l'environnement dans le but de vous aider à atteindre vos objectifs en matière de développement durable.

J'espère vous compter prochainement parmi les nombreuses collectivités, entreprises et associations qui nous ont déjà fait confiance.

Alexandre Poumaere
Directeur de Stoppub.fr

Ils ont confié leur opération STOP PUB à Stoppub.fr



le Pays Créçois



MAIRIE DE NOYERS



Qu'est-ce que l'autocollant STOP PUB ?

Vous le savez certainement, un foyer français reçoit en moyenne 40 kg de publicités papier chaque année.



La réglementation des déchets évolue, la fiscalité aussi. Les collectivités impliquent de plus en plus les usagers dans la réduction de leurs déchets en mettant en place une taxe incitative sur le traitement des ordures ménagères. Le traitement du papier coûte 200 euros par tonne, soit 8 euros par foyer du fait même de ces publicités.

« Chaque seconde, 30 kg de prospectus sont jetés à la poubelle »

Les français reçoivent chaque année près d'un million de tonnes de publicité papier dans leur boîte aux lettres, cela revient à produire 30 kg de publicité chaque seconde. L'autocollant STOP PUB est le dispositif qui permet de la refuser.

En France, plus de 13 millions de français ne reçoivent plus de prospectus publicitaires et économisent l'équivalent de 200 000 tonnes de papier par an. Selon une étude réalisée en 2015 par Bonial et Opinionway, on estime que le STOP PUB pourrait encore être adopté par 10 millions de français supplémentaires.

A qui s'adresse l'autocollant STOP PUB ?

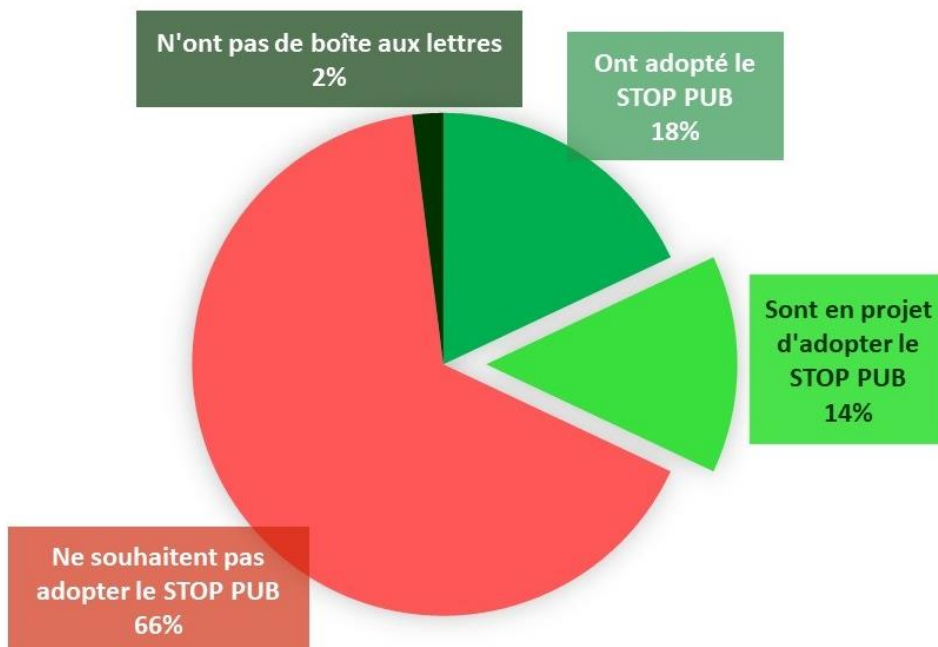
Il existe deux catégories de personnes qui refusent de recevoir les imprimés non adressés (journaux d'annonces ou prospectus).

Les utilisateurs temporaires de l'autocollant (pour raison d'absence prolongée, de vacances, etc.)

- ne souhaitant pas encombrer inutilement leur boîte aux lettres
- ne souhaitant pas attirer l'attention des cambrioleurs
- les appartements ou maisons inoccupés (vente, rénovation, etc.)

Les utilisateurs permanents de l'autocollant

- les personnes ayant une sensibilité écologique
- ceux qui ne lisent pas la publicité papier pour diverses raisons
- certaines personnes défavorisées
- certaines personnes à mobilité réduite
- disposant de plusieurs boîtes aux lettres
- les boîtes aux lettres des entreprises



Le ministère distribue-t-il toujours des autocollants STOP PUB gratuits ?

En 2004, dans le cadre du premier Plan national de prévention des déchets, le ministère de l'Environnement a créé un dispositif de prévention relatif à la distribution des imprimés publicitaires en boîtes aux lettres, le « Stop Pub ». [...]

Entre 2004 et 2008, près de 9 millions d'autocollants ont été émis par le ministère de l'Environnement. Cette dynamique nationale a été à l'origine d'une mobilisation au niveau local des collectivités qui ont pu diffuser cet autocollant sur leur territoire."

(Source : [Extrait du site du Ministère de l'écologie](#))

Depuis 2008, le ministère a cessé de distribuer en direct l'autocollant STOP PUB et invite les collectivités à reprendre l'initiative à leur compte. C'est dans cette optique que Stoppub.fr a été créé en 2009 et propose tous les outils pratiques pour mener une campagne STOP PUB efficace.

Depuis bientôt 10 ans, nous accompagnons collectivités, entreprises et associations engagées dans la mise en place d'opérations STOP PUB, la campagne de communication, la fabrication d'autocollants de haute qualité et l'évaluation de l'efficacité du dispositif.

Stoppub.fr a construit une solide réputation et l'ensemble des prestations proposées peuvent donner lieu à un financement à hauteur de 70% de l'ADEME grâce au fonds déchets, conformément aux engagements pris dans le cadre de la loi dite de « transition écologique et énergétique ».



L'autocollant STOP PUB s'oppose-t-il à toutes les pubs ?

Il faut distinguer l'autocollant STOP PUB d'un mouvement anti-pub. Le paysage publicitaire est aujourd'hui extrêmement diversifié et il exploite de nombreux supports pour communiquer.

L'autocollant STOP PUB est un dispositif créé en 2004 par le ministère de l'écologie. Il consiste à signifier son refus de recevoir la publicité papier dans sa boîte aux lettres, il a pour seule vocation d'**éviter le gaspillage de ce papier**. Il ne s'oppose donc pas aux autres formes de publicité. Il existe par exemple une alternative à l'imprimé publicitaire en boîte aux lettres qui consiste à consulter les catalogues promotionnels sur des sites et applications spécialisés. Le prospectus digital serait jusqu'à 14 fois moins impactant que le prospectus papier.



Source : Bonial.fr (annonceur de prospectus digitaux)

L'autocollant STOP PUB occasionne-t-il du chômage ?

Certains opposants au STOP PUB le sont à tort car ils pensent que les autocollants créent du chômage pour les distributeurs et les imprimeurs. Mais est-ce bien vrai ?

**Non, le dispositif "stop pub" ne crée aucun chômage
Ni pour les distributeurs de publicités
Ni pour les imprimeurs !**

Dans les années 2000, les sociétés de distribution publicitaire comptaient près de 50 000 salariés. Aujourd'hui, les effectifs avoisinent les 40 000 salariés ; soit une baisse d'environ 20%. Alors accuser le dispositif STOP PUB est facile et tout trouvé, d'autant plus qu'une crainte avait été exprimée dès les premiers mois du dispositif, crainte à laquelle l'ADEME avait tenté de répondre à travers une étude menée en 2009.

**Et pourtant la baisse des effectifs
n'a pas de rapport avec le dispositif STOP PUB**

Depuis plus de 13 ans d'existence du dispositif STOP PUB, le nombre de ménages en France a augmenté de 4 millions (une hausse de 20%). Aujourd'hui, le taux d'implantation du STOP PUB est de 18%. Le nombre de boîtes aux lettres à distribuer est donc resté relativement constant. De plus, une étude réalisée par UFC Que Choisir en 2014 montre que le volume de publicités a augmenté en moyenne de 35% par boîte aux lettres.

Bien que l'autocollant soit très efficace en France, la croissance de l'activité publicitaire et l'évolution démographique ont compensés les effets du dispositif écologique. En effet, les économies réalisées n'ont pas permis de diminuer le volume de prospectus publicitaires, simplement d'en ralentir sa croissance.



En ce qui concerne la baisse des effectifs dans les entreprises de distribution, elle relèverait davantage de la mutualisation des tournées, de la robotisation des impressions, de l'optimisation des effectifs et du recours à la sous-traitance pour encore distribuer 18 à 20 milliards de prospectus dans près de 26 millions de boîtes aux lettres chaque année.

Pourquoi les distributeurs respectent le STOP PUB ?

Tout comme il n'est pas pertinent pour un publicitaire d'adresser une publicité pour des piscines à un usager qui habite en appartement, il n'est pas non plus pertinent d'adresser de la publicité papier à quelqu'un qui ne la lit pas.

Il faut comprendre que la cible à atteindre pour un publicitaire est de communiquer une annonce au plus grand nombre pour le meilleur coût. La conception, la fabrication et la distribution des imprimés publicitaires ont un coût. A ce coût s'ajoute aujourd'hui des participations financières obligatoires (assimilées à des taxes) comme par exemple la contribution Ecofolio qui s'élève à 54 € HT par tonne (source : Ecofolio). Ce financement permet de couvrir une partie du coût de la revalorisation des déchets publicitaires. Bien que certains organes de défense de consommateurs considèrent que cette contribution ne soit pas suffisante, un distributeur publicitaire qui ne respecte pas l'autocollant STOP PUB distribue sa publicité à perte, diminue sa cible à atteindre et augmente son coût de fonctionnement inutilement.

De plus, ne pas respecter le STOP PUB renvoie une image dévalorisante auprès du public, d'une part concernant le métier de la publicité et d'autre part vis-à-vis des enseignes concernées par la publicité, et ça non plus ce n'est pas négligeable aujourd'hui... d'ailleurs la totalité des grandes enseignes en France se sont engagées à respecter le STOP PUB et la plupart l'ont inscrit dans le contrat qui les lie aux sociétés de distributions.

Enfin et surtout, l'amende qu'encourent les sociétés de distribution publicitaire à ne pas respecter le STOP PUB a été ré-évaluée à la hausse depuis 2015 pouvant atteindre 450 euros par non-respect pour les contrevenants (contravention de 3e classe selon art. R633-6 du code pénal). Au vu du nombre de boîtes aux lettres, la note pourrait vite grimper !



Source : amendes.gouv.fr

Les distributeurs ont tout intérêt à respecter le STOP PUB et à le faire respecter par l'ensemble de leurs salariés et collaborateurs, cela implique de former correctement le personnel dès son arrivée dans l'entreprise sur les bonnes pratiques de la profession.

En quoi les prospectus ont-ils un impact sur l'environnement ?

Même si de gros efforts ont été faits, l'empreinte environnementale des prospectus est réelle et elle se décompose en plusieurs étapes :



Même s'il est théoriquement 100% recyclable, seul 55% du papier français est réellement recyclé actuellement (Source : Ecofolio / Citeo). Le reste est incinéré (avec valorisation énergétique) dans la majorité des cas... ou enfoui dans des décharges dans d'autres cas.

On continue donc de couper des millions d'arbres en France chaque année qui sont triés selon leur qualité et leurs caractéristiques pour faire de nombreux produits dérivés du bois, dont du papier. Heureusement, les forêts françaises sont gérées durablement, mais ce n'est pas toujours le cas à l'étranger et rappelons que 76% du papier graphique utilisé en France est importé de zone à fort risque de déforestation. (Source : WWF)

Comment bien mener une opération STOP PUB ?

Stoppub.fr accompagne les organismes engagés dans le STOP PUB à mener correctement leur opération STOP PUB pour en garantir la meilleure efficacité.

Etape 1 : Estimer son besoin réel

Stoppub.fr propose un outil de simulation qui permet d'estimer le nombre de foyers potentiellement intéressés par l'adoption du STOP PUB. Il permet également d'évaluer les coûts mis en œuvre pour le traitement des déchets publicitaires et les économies réalisables. C'est un véritable outil d'aide à la décision. Rendez-vous sur Stoppub.fr dans l'espace réservé aux collectivités : https://www.stoppub.fr/espace_collectivites.html



The screenshot shows the Stoppub.fr website interface. At the top, there is a green header with the Stoppub.fr logo and the slogan "Non merci à la publicité papier". Below the header is a navigation bar with links for "Accueil", "Foire aux questions", "Espace Presse", and "Recevoir un STOP PUB". The main content area is titled "Faire une simulation". It features a form where the population of the community is set to 150,000. A "Lancer la simulation" button is present. Below the form, the results of the simulation are displayed: 60,000 estimated households, 2,400 tonnes of ads received per year, and a cost of 360,000 € per year for ad waste. It states that if the operation is launched, the real need (25% of households) would be 15,000 self-adhesive STOP PUB. It also mentions that distributing these self-adhesives would allow the community to realize an economy of 90,000 € per year on the waste budget, a gain of 600 tonnes of paper per year (equivalent to 7,500 adult trees protected), and an economy of 375 tonnes of carbon equivalent.

Stoppub.fr, organisme spécialisé dans la démarche STOP PUB auprès des collectivités et associations depuis 2009

Espace collectivités

Suivi client

Parier : (vide)

Accueil Foire aux questions Espace Presse Recevoir un STOP PUB

Faire une simulation

La population de votre collectivité est de habitants

Nombre de foyers estimé : 60000
Volume de publicités reçues : 2400 tonnes par an
Coût des déchets publicitaires : 360000 € par an

Si vous lancez une opération STOP PUB :

Votre besoin réel (25% des foyers) serait de 15000 autocollants STOP PUB

En distribuant ces autocollants STOP PUB, vous permettrez à votre collectivité de réaliser :

Une économie de 90000 € par an sur le budget déchets
Mais aussi un gain environnemental de 600 tonnes de papier par an, soit l'équivalent de 7500 arbres adultes protégés
Et une économie de 375 tonnes équivalent carbone

"enfin un véritable outil d'aide à la décision"

Copie d'écran de l'outil de simulation en ligne – Stoppub.fr

Etape 2 : Définir une stratégie de diffusion

Selon les spécificités de chaque collectivité, il est important de bien réfléchir en amont sur la stratégie de diffusion de l'autocollant STOP PUB. L'utilisateur doit-il venir au STOP PUB ou le STOP PUB venir à l'utilisateur ?

Certaines collectivités ont choisi de le diffuser dans le journal de la collectivité, d'autres choisissent d'envoyer l'autocollant par voie postale sur simple demande, d'autres encore le mettent à disposition en accueil de mairie. Parfois, la combinaison de plusieurs moyens de diffusion se révèle la solution la plus efficace.

Etape 3 : Recourir à des supports visuels d'opération

Le succès d'une opération n'aura pas le même impact selon que les autocollants sont rangés au fond d'un tiroir de l'accueil d'une mairie ou bien mis en évidence sur un présentoir.

La communication visuelle peut également passer par l'utilisation de posters de sensibilisation STOP PUB personnalisables.



Vous pouvez dès à présent télécharger gratuitement le kit de communication STOP PUB afin de vous approprier les visuels dans le cadre de votre opération STOP PUB ou nous commander les supports visuels d'opération.

Etape 4 : S'inscrire dans l'annuaire STOP PUB

Faire connaître son opération STOP PUB auprès du public, c'est aussi s'inscrire gratuitement sur notre annuaire en ligne des opérations STOP PUB.

En effet, on estime qu'une personne sur trois qui recherche l'autocollant sur internet se rend sur notre site Stoppub.fr pour se le procurer.



Etape 5 : Commander des autocollants STOP PUB

Stoppub.fr propose des autocollants STOP PUB 100% personnalisables, de haute qualité environnementale, résistants aux intempéries et surtout garantis 10 ans en extérieur. Les formats disponibles sont :

rectangle 52x74 mm
rectangle 21x68 mm

carré 40x40 mm
carré 50x50 mm

rond 45x45 mm
rond 70x70 mm
ovale 48x70 mm



Tarifs :

Nombre d'autocollants	Tarif unitaire ⁽¹⁾
1 000	0,10 €
5 000	0,08 €
10 000	0,06 €
20 000	0,05 €
30 000	0,045 €

La personnalisation est offerte à partir de 50 000 autocollants.

(1) Tarif unitaire de l'autocollant, hors frais de personnalisation

Brochure éditée par :

STOPPUB.FR © VALEUR DURABLE
SIRET : 511 743 817 00039
BORDEAUX R.C.S.

Octobre 2017

VALEUR DURABLE – 15 bis rue du Blayais – 33600 PESSAC - France
Tel : 0899 255 355 (1,50€ / appel + prix appel) – Site internet : www.stoppub.fr