

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE : RENFORCEMENT DES MESURES POUR MIEUX ENCADRER LES IMPRIMÉS PUBLICITAIRES NON SOLLICITÉS**

Le 11/03/2021

Si la publicité peut constituer un levier pour accélérer la transition écologique en renforçant les prises de conscience et en incitant à modifier les comportements d'achat vers des biens et services plus vertueux sur le plan environnemental et social, elle est aussi source de pollution et de gaspillage lorsqu'elle est distribuée sans accord : en 2019, ce sont plus de 894 000 tonnes d'imprimés publicitaires non adressés qui étaient distribués, dont une part significative aura été jetée sans avoir été lue. La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, votée il y a un an, s'est saisie de cette problématique en renforçant le dispositif « Stop pub ». Les citoyens de la convention citoyenne pour le climat se sont également emparés de ce sujet : une mesure du projet de loi « Climat et Résilience », présenté en conseil des ministres le 10 février 2021 et dont l'examen vient de débiter à l'Assemblée nationale, prévoit l'expérimentation du « Oui pub » : ce dispositif sera expérimenté par des collectivités locales volontaires.

Dans le cadre de ses missions en faveur d'une consommation responsable et de la lutte contre le gaspillage, l'ADEME a réalisé deux études en vue de réduire le gaspillage des imprimés publicitaires sans adresse (IPSA) :

- La première établit un état des lieux du dispositif STOP PUB et permet d'envisager des pistes pour optimiser son efficacité ;
- La seconde vise à déterminer les freins et leviers d'une expérimentation territoriale d'un dispositif de type « Oui pub ».

Les résultats de ces travaux ont permis à l'ADEME de lancer, avec les différentes parties prenantes, un plan d'actions volontaires qui associe des associations de collectivités ou environnementales, des acteurs de la grande distribution ainsi que les professionnels du secteur des imprimés, et les incite à réaffirmer leur engagement en faveur de la lutte contre la production de déchets.

## « STOP PUB » : un dispositif utile et efficace pour 80% des personnes équipées du dispositif

Depuis 2004, l'ADEME a engagé des démarches autour des imprimés publicitaires sans adresse (IPSA), un des rares flux en papier qui n'est pas en déclin, via le dispositif STOP PUB.

Elle dévoile ce jour les résultats d'une première enquête qui établit le bilan du dispositif STOP PUB en vue d'optimiser son efficacité. Elle vise à fournir une information éclairée sur la question de la réduction du gaspillage lié aux imprimés publicitaires sans adresse non lus.

Ainsi, l'étude révèle que :

- **STOP PUB est un outil globalement efficace et qui convient aux attentes des particuliers:**
  - Plus de 80% des porteurs de STOP PUB se déclarent globalement satisfaits de son impact pour réduire la quantité d'imprimés publicitaires sans adresse (IPSA) reçus en boîte aux lettres ;
  - Si les personnes interrogées peuvent voir un intérêt et une utilité dans les IPSA, ils en perçoivent dans le même temps les limites au regard du nombre d'imprimés qu'ils reçoivent sans les avoir demandés et dont le contenu ne les intéresse pas toujours.
- **Près de 3 Français équipés d'un STOP PUB sur 5 continuent à recevoir des imprimés publicitaires sans adresse, ce qui est illégal. Une mesure de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire renforce à cet effet le montant de l'amende en cas de non respect du « Stop pub ».**

### Qu'est-ce que le STOP PUB ?



Sous la forme d'un autocollant ou d'un simple marquage sur la boîte aux lettres, le « STOP PUB » permet aux particuliers de manifester leur souhait de ne pas recevoir les imprimés publicitaires sans adresse. A ce jour, l'étude révèle qu'un **peu moins d'un Français sur cinq a apposé un refus de publicité sur sa boîte aux lettres.**

## Un plan d'actions volontaires

La bonne collaboration avec les parties prenantes dans le cadre de la réalisation de l'étude a permis de déboucher sur un plan d'actions volontaires qui permettra de continuer à partager des données sur le « Stop Pub » et faire vivre les engagements en faveur de la réductions du gaspillage lié aux imprimés.

### Liste des signataires du Plan d'actions volontaires :

Cercle National du Recyclage, Les Mousquetaires, E. Leclerc, Boulanger, Système U , Cora, LIDL, Supermarché Match, Casino, Carrefour Zéro Waste France, France nature Environnement, SDD (Syndicat de la distribution directe).

## « OUI PUB », une alternative à étudier et évaluer

L'ADEME s'est penchée sur un nouveau dispositif alternatif : la « Publicité acceptée » (ou « Oui pub »). Tout en étant soucieuse des conséquences sociales potentielles, l'ADEME a mené cette étude<sup>1</sup> afin d'explorer les conditions, freins et leviers à l'expérimentation territoriale d'un dispositif de type « Oui Pub » à l'échelle d'une collectivité. Ce type d'expérimentation est prévu par l'article 9 du projet de loi « Climat et Résilience », issu des travaux de la Convention citoyenne pour le climat

Dans les collectivités territoriales volontaires, les imprimés publicitaires seront par défaut proscrits et ne pourront être adressés qu'aux foyers ayant apposé un autocollant ou un marquage « Oui pub ».

Ce dispositif vise à réduire de manière importante le gaspillage des imprimés et à améliorer l'efficacité de la distribution.

70% des répondants se déclarent très (28%) ou plutôt (42%) ouverts à ce qu'un système inverse au « Stop Pub » soit testé et appliqué dans leur commune.

Des entretiens qualitatifs ont été menés auprès de collectivités, annonceurs, acteurs de la distribution en boîte aux lettres, acteurs du recyclage, associations de consommateurs et associations environnementales. Les enseignements ont été partagés avec un groupe de travail constitué de représentants des principales parties prenantes concernées.

L'étude de l'ADEME révèle que la démarche est jugée intéressante à différents égards :

- **Pour cibler plus efficacement les consommateurs** souhaitant réellement recevoir des imprimés publicitaires et **éviter les surcoûts** liés à la production et à la gestion d'imprimés publicitaires non lus ;
- **En tant que démarche non contraignante** dans la mesure où les particuliers peuvent continuer à recevoir des imprimés publicitaires s'ils le souhaitent ;
- **La sensibilité de plus en plus forte aux enjeux de consommation responsable** et de réduction du gaspillage ainsi que les préoccupations économiques de réduction des charges offrent par ailleurs un **contexte favorable à ce type d'expérimentation**.

Néanmoins, des obstacles et objections ont été avancés par les parties prenantes interrogées (SDD, UNIIC, COPACEL) sur les plans économique (impact sur le modèle économique des parties prenantes, impact sur l'emploi), environnemental (éventuel effet rebond vers le numérique), organisationnel (jeu des acteurs à mobiliser, modification des pratiques en matière de distribution), juridique (cadre à définir).

*« La publicité fait partie de notre quotidien : il faut savoir l'utiliser à bon escient pour maîtriser son empreinte, diminuer le gaspillage qui en résulte et en faire un outil pour la transition écologique. C'est le sens de ces expérimentations qui permettront de l'utiliser de manière plus raisonnée. Il ne s'agit pas de la faire disparaître, mais d'en faire une publicité plus responsable, pour une société plus sobre »* a indiqué **Barbara Pompili, ministre de la Transition écologique**.

Aller plus loin :

- <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/4313-oui-a-la-pub.html>
- <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/4308-acceleration-de-la-mise-en-oeuvre-de-la-loi-agec-concernant-les-imprimés-publicitaires-sans-adresse-non-lus.html>
- <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/4309-imprimés-publicitaires-sans-adresse-et-bilan-stop-pub.html>

---

<sup>1</sup>enquête qualitative réalisée entre novembre 2018 et mars 2019, auprès de 20 de collectivités, annonceurs, acteurs de la distribution en boîte aux lettres, acteurs du recyclage, associations de consommateurs et associations environnementales.

## ADEME

Tél : 01 58 47 81 28  
Mél : [ademepresse@havas.com](mailto:ademepresse@havas.com)  
Service de Presse

155 bis, Avenue Pierre Brossolette  
92541 Montrouge Cedex



### L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions.

À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)



[@ademe](https://twitter.com/ademe)