

REDUCTION DES DECHETS: LES IMPRIMES NON ADRESSES (INA) Enjeux et solutions pour les collectivités

L'essentiel pour clarifier la question des imprimés non adressés au sein de la collectivité, et pour livrer des pistes d'action dans l'objectif de réduire les déchets papiers.

Rédaction : GESPER

Dépôt légal : septembre 2011

Conception : GaYa Communication - Estoublon
Illustration de couverture : Achab Piemonte
Photos : GESPER

GESPER
Éco-gestion Déchets - Eau - Énergie

R2D2

RIDUZIONE RACCOLTA - DÉCHETS DE DEMAIN
Programme de coopération transfrontalière
Interreg IV A ALCOTRA

alcotra

**LA REDUCTION
DES DECHETS** *c'est*

la
REDUCTION
EMBALLAGES et PUBLICITES



Septembre 2011

**REDUCTION DES DECHETS :
LES IMPRIMES NON ADRESSES (INA)**

Enjeux et solutions pour les collectivités



ALPES DE HAUTE-PROVENCE / HAUTES-ALPES

Ce livret a été réalisé dans le cadre du projet de coopération européenne Alcotra R2D2 (Riduzione Raccolta – Déchets de Demain), regroupant des partenaires français et italiens souhaitant échanger leurs bonnes pratiques et mettre en œuvre des actions expérimentales dans le domaine de la réduction des déchets. L'une des actions a porté sur la réduction des INA (Imprimés Non Adressés). L'action a permis de consulter et de réunir les différents acteurs concernés à l'échelon local (annonceurs, diffuseurs, collectivités, associations de consommateurs, institutions) afin de rechercher des pistes d'amélioration.

Face au manque d'information et à la complexité du sujet, il a été décidé d'élaborer ce livret afin d'éclaircir la situation et proposer des pistes d'action aux collectivités dans le but de réduire leurs déchets d'INA.

Ce livret a été élaboré par l'association GESPER suite à l'organisation d'une concertation entre les collectivités du Pays Sisteronais-Buëch, les associations, les diffuseurs et les annonceurs locaux.

Imprimés Non Adressés (INA) et déchets

- La production d'INA
- L'impact environnemental des INA

Le contexte de prévention des déchets au niveau local

- Une volonté partagée de réduire les déchets
- La réduction des INA au niveau local

Les collectivités et les INA

- Le coût des INA pour la collectivité
- La distribution de la presse institutionnelle

Le dispositif Stop Pub

- Une question de choix
- Pas de succès du Stop Pub sans communication renforcée
- Les efforts des distributeurs d'INA

Comment agir en tant que collectivité?

- Une distribution alternative de la presse institutionnelle
- Mobiliser les acteurs locaux
- Relayer le Stop Pub auprès des ménages

Comment mettre en place un dispositif Stop Pub?

- Les moyens à mobiliser
- Les étapes incontournables
- Un argumentaire pour communiquer sur le Stop Pub

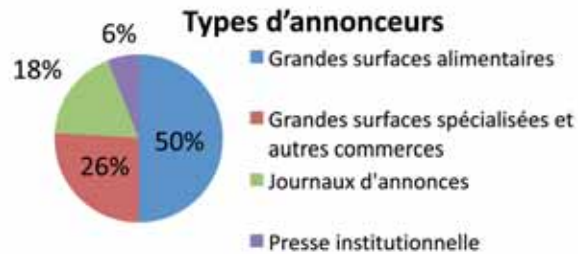
Ressources

IMPRIMÉS NON ADRESSÉS (INA) ET DÉCHETS

La production d'INA en France

En France, la production d'INA représente :

- plus de **31 kg/foyer/an**, soit près d'**1 million de tonnes** et plus de **5% de la poubelle totale**.
- 1/3 des papiers graphiques chez les ménages



Qu'est-ce que les INA?

Les Imprimés non Adressés (INA) sont distribués directement dans les boîtes aux lettres sans adresse de destinataire. Ils comprennent les publicités, la presse gratuite d'annonces et les bulletins des collectivités.

La quantité d'imprimés continue d'augmenter, même si le tonnage diminue en raison de la réduction des grammages des papiers utilisés.

L'impact environnemental des INA

Production :

Consommation de bois, d'eau, d'énergie, de chlore, d'adjuvants, de colorants, d'encre parfois nocive.
Remarque : Des efforts ont été déployés pour diminuer cet impact (formules ou chartes favorisant le bois issu de forêts certifiées, utilisation de papier recyclé, de produits moins nocifs, etc.)

Distribution :

Transport du lieu de production au foyer du consommateur.

Élimination :

transport pour la collecte et le traitement des déchets
Remarque: Depuis 2007, l'éco-organisme Ecofolio perçoit la contribution financière des producteurs d'INA pour piloter la valorisation des déchets papiers. Cependant, le tri des papiers ne représente encore que 30% des papiers jetés.

LA PREVENTION DES DÉCHETS

Une volonté partagée de réduire les déchets

Avec **390 kg de déchets*** produits en moyenne par chaque français, la prévention des déchets est devenue une priorité depuis la loi Grenelle 1. La loi Grenelle 2 (2010) impose la mise en œuvre de **programmes locaux de prévention** dans les collectivités compétentes. Les collectivités ont alors un rôle à jouer par leurs **actions**, leur **exemplarité** et leur **incitation** envers les administrés et les autres acteurs locaux (entreprises, établissements publics, etc.).

L'action Stop Pub est l'une des actions emblématiques nationales de la réduction des déchets proposée dans les programmes de prévention.

La réduction des INA au niveau local

Dans les Alpes de Haute-Provence, environ 8000 boîtes aux lettres sont équipées d'autocollants Stop Pub (soit 12%).



Le SYDEVOM 04 (Syndicat Départemental d'Élimination et de Valorisation des Ordures Ménagères) s'est engagé dans un Programme Local de Prévention. Le diagnostic prévu pour fin 2011 permettra de déterminer les actions prioritaires, dont le **Stop Pub**.

La prévention des déchets a pour objectif la diminution des quantités (et de la nocivité) de déchets produits, et donc collectés et traités.

Réduisons vite nos déchets, ça déborde

*ADEME 2007

Le coût des INA pour la collectivité

Les **coûts de traitement** des INA au sein des ordures ménagères reste important : 150 €/tonne en moyenne. Les entreprises productrices d'imprimés payent une éco-contribution à **Ecofolio** qui reverse une partie de cette somme aux collectivités. Cependant, le soutien reversé est avantageux si les déchets papiers sont triés puis recyclés. Or, le taux de tri est encore trop faible.

Pour une collectivité de 5000 habitants, le coût des INA représente environ 7600 € par an. 3,5 tonnes de déchets sont évitées et 500 euros économisés avec 100 Stop Pub.

La distribution de la presse institutionnelle

La communication des collectivités représente environ 6% des INA.

Il arrive que l'information publique (bulletins municipaux, etc) ne soit pas diffusée dans les boîtes aux lettres présentant un autocollant Stop Pub. Aussi, les entreprises de distribution proposent des formules spécifiques, souvent plus coûteuses. Des alternatives sont présentées en page suivante.

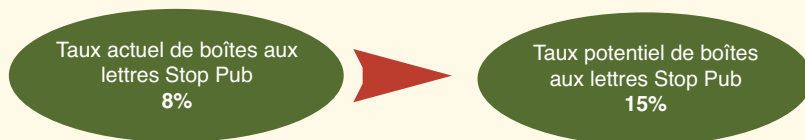


Le dispositif Stop Pub

Une question de choix

Le dispositif Stop Pub a été lancé en 2004 par l'État, l'objectif étant de faire respecter le choix des ménages de ne pas recevoir de publicité grâce à l'apposition d'un autocollant.

Pas de succès sans communication renforcée



Cet objectif est réaliste car 1 personne sur 5 est intéressée par l'autocollant mais ne sait où le trouver, ou n'a pas fait la démarche active. Or, il a été prouvé que **le taux d'équipement en Stop Pub est directement lié à l'intensité de la communication** faite par la collectivité locale, bien au-delà de la distribution simple d'autocollants.

Les efforts des distributeurs d'INA

Les distributeurs d'INA ont fourni des efforts importants pour respecter l'autocollant (**engagements**, suivi). Il est important de communiquer auprès des ménages pour rassurer sur ce point.

Une distribution alternative de la presse institutionnelle

Si la formule de l'entreprise distributrice n'est pas avantageuse, passez un **contrat séparé**, ou essayez de trouver une **entreprise de proximité**, ou encore créez /mutualisez un **emploi spécifique**.

Vous pouvez tendre vers une **dématérialisation** d'une partie de votre communication (site web, e-mailing), complétée par le dépôt de bulletins dans les lieux publics, **en ajustant les quantités à la demande réelle**. En outre, il est recommandé d'utiliser des grammages légers et des papiers recyclés (il existe maintenant de très bonnes qualités) ou certifiés.

Mobiliser les acteurs locaux

Inciter les annonceurs locaux (commerces, etc.) à mettre en place une communication dématérialisée. Des initiatives se mettent en place un peu partout. Une **concertation** est nécessaire pour cela.

Relayer le Stop Pub auprès des ménages

Une telle opération a pour objectif la réduction des déchets papiers triés et non triés sur votre territoire et contribue ainsi à atteindre progressivement les objectifs du Grenelle.

Il s'agit avant tout de sensibiliser les ménages aux enjeux des INA par une **communication claire et incitative**.

Comment mettre en place un dispositif Stop Pub?

L'objectif est de faire en sorte que tous ceux qui ne lisent pas les prospectus ne les reçoivent plus.

Les moyens à mobiliser

Principalement à travers des opérations de **sensibilisation** et de **proximité** (par exemple, par les ambassadeurs de tri). Les coûts sont marginaux, souvent intégrés au budget de prévention (temps agents, communication,...) et les économies sont réelles.

Objectif : 100% des foyers ne souhaitant pas recevoir de publicités équipés en Stop Pub.



Comment mettre en place un dispositif Stop Pub? (suite)

Les étapes incontournables

Ces étapes doivent être menées si possible en concertation avec les acteurs locaux (diffuseurs, annonceurs, associations de consommateurs, collectivités, etc.)

1

Faire un état des lieux initial :

- de l'**organisation locale de la distribution** des INA (publicité et presse institutionnelle),
- du **taux d'équipement** actuel en autocollants Stop Pub,
- des **flux d'INA** (boîtes témoins) et des déchets papiers générés.

2

Définir les objectifs et les moyens

- à partir d'une évaluation de la proportion de ménages ne souhaitant pas recevoir d'INA

3

S'assurer que la presse des collectivités sera distribuée

- Vérifier le contrat passé avec le diffuseur, l'adapter, changer si besoin.
- Prévoir un suivi et faire remonter les informations au diffuseur.

4

Communiquer largement sur l'action

- Informer les ménages (voir ci-après) pour leur donner la possibilité de choisir en toute connaissance de cause ;
- Diffuser le message à travers le journal des collectivités, faire intervenir les élus (interview dans les médias locaux, communiqué de presse, etc)

5

Réaliser et mettre à disposition les autocollants

Indiquer précisément où se procurer un autocollant : mairies, lieux publics, événements locaux, ...

Astuces : Vous pouvez le personnaliser pour plus de proximité.

Des autocollants existent pour les immeubles afin d'éviter les piles excessives : ils signalent le nombre exact de ménages souhaitant recevoir les publicités.

6

Suivi et évaluation, pérennisation

Suivi de boîtes aux lettres témoins, indicateurs, etc.

Pour une démarche détaillée, voir la **Boîte à Outils de l'ADEME 2011** dans «Ressources»

UN ARGUMENTAIRE POUR COMMUNIQUER SUR LA NÉCESSITÉ DU STOP PUB

Pourquoi réduire les quantités d'INA?

Un geste citoyen :

Pour limiter les impacts environnementaux induits par leur production, ainsi que le transport, la collecte et le traitement des déchets. Les INA représentant près de 5% des déchets d'un ménage, l'autocollant Stop Pub permettrait de réduire d'autant la quantité de déchets produits.

Pour contribuer à atteindre les objectifs du Grenelle (-7% de déchets ménagers et assimilés d'ici 2012) et répondre aux enjeux actuels.

Des coûts indirects:

Le consommateur finance la production des INA (prix répercutés sur les produits) et le contribuable finance leur élimination.

Anticiper les questionnements et les objections

Les INA menacent-ils les forêts? Les INA sont souvent conçus à partir de sous-produits forestiers (chutes, éclaircies) ou de papiers recyclés. Ils n'impactent donc pas directement les forêts. Cependant, la chaîne de conception et de transport consomme des ressources, ainsi que leur traitement en tant que déchet (à valoriser ou pas lorsqu'ils ne sont pas triés).

Le Stop Pub est-il respecté? Les diffuseurs se sont depuis plusieurs années engagés à respecter l'autocollant.

Les journaux des collectivités continuent-ils à être distribués même si la boîte aux lettres est équipée d'un Stop Pub? Théoriquement, le Stop Pub ne concerne que les publicités, comme mentionné sur l'autocollant. Si cela n'est pas respecté comme cela arrive encore souvent dans le département, inviter les ménages à signaler cette erreur (donner le contact d'une personne référente).

Les INA menacent-ils l'emploi? La plupart des employés des entreprises de distribution perçoivent une rémunération non proportionnelle aux quantités distribuées. L'emploi ne serait affecté qu'à partir de grandes quantités de prospectus en moins. Les économies générées par le coût de production d'INA peuvent permettre d'autres types d'emplois.

Proposer des alternatives

Les personnes souhaitant continuer à recevoir des publicités peuvent s'inscrire sur les sites web des enseignes. De nombreux sites regroupent également les offres promotionnelles des commerces.

La Boîte à Outils Stop Pub de l'ADEME (2011) pour vous guider pas à pas

La démarche détaillée et des outils pratiques à télécharger sur:
www.optigede.ademe.fr Outils-Méthodes > Prévention > Stop Pub

Au niveau national

- ☞ www.ademe.fr
- ☞ www.developpement-durable.gouv.fr
Pour télécharger l'autocollant Stop Pub:
> Prévention des risques > Gestion des déchets
- ☞ www.reduisonsnosdechets.fr
- ☞ **L'éco-organisme Ecofolio** : www.ecofolio.fr
- ☞ www.uda.fr/communication-responsable/charte-uda/
Charte des annonceurs pour une communication responsable
- ☞ www.amorce.asso.fr
Association AMORCE (réseau national de collectivités, entreprises et associations pour la gestion des déchets, de l'énergie et des réseaux de chaleur)
- ☞ <http://preventiondechets.fne.asso.fr>
Je m'engage > L'autocollant Stop Pub
Argumentaire et commande d'autocollants
- ☞ www.stopub.net
Outils pratiques pour les collectivités (calcul des coûts, évaluation,...)

Au niveau local

- ☞ **Le projet de coopération franco-italienne R2D2/Alcotra**
www.riduzione2-dechets2.eu
- ☞ **Association GESPER**
www.gesper.eu
- ☞ **Pays Sisteronais-Buëch**
www.pays-sisteronais-buech.fr
- ☞ **SYDEVOM de Haute Provence**
www.sydevom04.fr

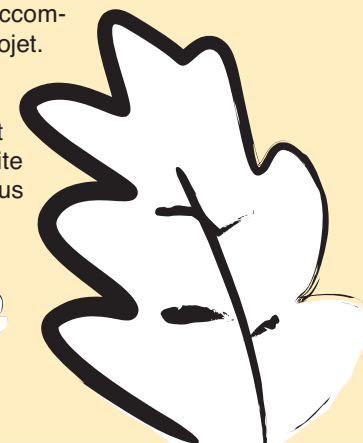
L'association GESPER



L'objet de l'association GESPER [GESTion de Proximité de l'Environnement en Région] est de promouvoir et d'aider au développement de pratiques plus respectueuses de l'environnement et plus solidaires. Elle intervient dans le secteur de l'Ecogestion (déchets, eau, énergie, mobilité), dans lequel elle favorise la mise en place de solutions de proximité.

Depuis 2001, elle s'appuie sur les installations de son centre d'accueil sur le compostage de proximité, implanté à Digne les Bains (04), pour développer des actions, d'information, de formation au compostage domestique et autonome, et pour proposer ses compétences d'expertise de dispositifs et d'accompagnement de projet.

N'hésitez pas à nous contacter et à visiter notre site internet pour plus d'information.



GESPER
Éco-gestion Déchets - Eau - Énergie
www.gesper.eu