



Paris, le 6 décembre 2005.

Communiqué de presse de
Résistance à l'Aggression
Publicitaire.

STOP PUB : un autocollant pour rien ?

La 4e Journée nationale de déversement de prospectus publicitaires aura lieu ce samedi 10 décembre 2005 dans une vingtaine de villes en France.

Par cette action, nous voulons montrer notre refus du gaspillage, de la pollution et du mépris de notre liberté engendrés par cette diffusion massive d'imprimés sans adresse. Ces prospectus, souvent jetés sans même avoir été lus, représentent 110 millions d'euros par an de coûts de traitement, à la charge de la collectivité bien évidemment.

Nous interpellons le Ministère de l'écologie et du développement durable sur les résultats de l'opération "stop pub". Selon une enquête publiée en octobre sur l'évaluation de l'impact de la distribution de 3 millions d'autocollants "stop pub" (*), "un utilisateur sur deux estime que l'autocollant n'a permis de stopper que partiellement la réception des prospectus".

En effet, l'autocollant distribué par le Ministère n'a aucune valeur réglementaire et ce dernier compte donc sur la bonne volonté des distributeurs. Ne nous leurrions pas, l'autodiscipline du secteur de la distribution ne garantira jamais le respect véritable de l'autocollant. L'autocollant doit avoir une valeur contraignante et une loi doit prévoir des sanctions financières envers ceux qui ne le respectent pas.

L'enquête menée par l'ADEME montre également une forte disparité dans le niveau de participation des habitants à l'opération. Il varie de 4 % à 16 % et dépend essentiellement des conditions de diffusion de l'autocollant et de la communication qui l'accompagne. En clair, lorsque les collectivités locales procèdent à une distribution systématique de l'autocollant (via leur publication locale par exemple) et en parlent à leurs administrés, l'apposition de l'autocollant atteint des proportions importantes. Ainsi, à Rennes, où la collectivité s'en est donné les moyens, la participation est de l'ordre de 20 à 25 %. Tout n'est donc qu'une question de volonté politique.

Nous demandons aux pouvoirs publics :

- l'adoption d'une loi garantissant le respect des autocollants antipublicitaires comme c'est déjà le cas au Portugal, en Allemagne, à Bruxelles...

- la mise en place d'une taxe obligatoire pour les distributeurs, leur faisant supporter le coût réel du traitement des déchets engendrés.

- un plan national de réduction de ces déchets à la source, sur le modèle de celui en vigueur dans la région de Bruxelles.

20 villes participent à l'opération : La Rochelle, Toulouse, Bordeaux, Libourne, Montpellier, Rennes, Grenoble, Nantes, Angers, Reims, Nancy, Bar-le-Duc, Pluvigner, Lille, Bayonne, Strasbourg, Lyon, Le Mans, Paris et Nemours.

Les lieux précis et l'heure des actions pour les différentes villes sont disponibles à l'adresse suivante : http://antipub.net/actions/index.php?page=devers_10_12_05

Contact : Jean-Christophe (Résistance à l'agression publicitaire) : 01 43 28 39 21

David (Chiche !) : 01 40 37 10 12

Florence (Centre national d'information indépendante sur les déchets) : 01 55 78 28 65

(*) *“Stop pub” : 3 millions d'autocollants distribués. Qu'en est-il sur le terrain ?*, Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), octobre 2005.