

DÉCHETS

Oui pub : les collectivités satisfaites mais pas les acteurs économiques

PUBLIÉ LE 21/01/2025 Par CATHERINE STERN • Club : [Club Techni.Cités](#)

RÉAGIR



Yeko Photo Studio

Le rapport d'évaluation de l'expérimentation Oui Pub, menée dans 14 territoires pour réduire la distribution de publicité non adressée, remis aux parlementaires le 10 janvier, leur permettra de décider de sa généralisation ou de son abandon. Les collectivités participantes sont satisfaites de la baisse des déchets papier, mais les professionnels s'alarment de l'impact sur l'emploi.

**MA GAZETTE**

Sélectionnez ce thème et créez votre newsletter personnalisée

Gestion des déchets

C'est une des rares mesures issue de la Convention citoyenne sur le climat qui a trouvé sa traduction dans la [loi Climat et Résilience d'août 2021](#). Après le [Stop Pub](#) né en 2004, le Oui Pub vise à interdire par défaut les imprimés publicitaires sans adresse (IPSA), sauf aux personnes en manifestant le souhait par cet autocollant apposé sur leur boîte aux lettres, sachant que, selon l'Ademe, 44% des particuliers les jettent sans les lire. Quatorze collectivités ⁽¹⁾, regroupant 2,7 millions d'habitants, se sont portées volontaires pour son expérimentation de mai 2022 à mai 2025. L'Ademe, qui a piloté sa mise en place, en a évalué les résultats environnementaux, tandis que l'Inspection générale de l'environnement et du développement durable (Igedd) a examiné ses

impacts socio-économiques. Un rapport gouvernemental, terminé en octobre, a été publié sur le site du ministère de la Transition écologique et remis aux parlementaires le 10 janvier afin qu'ils puissent décider de sa généralisation, avec ou sans dérogations, ou de son abandon.

Baisse des tonnages collectés

Selon le rapport, « l'expérimentation Oui Pub a permis de fortement limiter le gaspillage et les déchets papiers générés par les IPSA, diminution nettement plus marquée que celle observée sur le territoire national. » En effet, les tonnes de déchets papiers collectés sur ces territoires ont diminué de 48% en moyenne pendant l'expérimentation par rapport à la période antérieure (de 22,5 % à Nancy à 70,8 % à Dunkerque), ainsi que la part des imprimés publicitaires dans ces tonnages. Mais le rapport reconnaît que si « l'expérimentation Oui Pub a très probablement compté dans cette accélération, il reste difficile d'en évaluer la part. » En effet, un mouvement de baisse des tonnages d'IPSA avait déjà été entamé auparavant : de 900 000 tonnes entre 2013 et 2019, il est passé à 766 000 tonnes en 2021 puis à 400 000 tonnes en 2022-23, soit une baisse de 55%.

89% des expérimentateurs pour une pérennisation

Les collectivités participantes ayant été laissées libres de leurs actions de communication, la population a été diversement informée de l'expérimentation : de 25 à 77% selon les territoires. L'apposition de l'autocollant a quant à elle varié de 0,33% à Bordeaux à 18,42% à Dunkerque, sans que l'on sache si cela était par souhait de ne pas recevoir d'IPSA ou par méconnaissance du dispositif. Cela dit, seuls 6% des habitants interrogés dans le cadre de l'étude se sont déclarés opposés à la généralisation de la mesure, contre 63% s'y déclarant favorables. Même approbation chez les territoires pilotes, collectivités ou syndicats en charge de la gestion des déchets accompagnés par l'Ademe, qui « ont une perception positive de cette expérimentation et ne souhaitent pas de retour en arrière ». 89% d'entre eux se disent favorables à une extension ou une pérennisation du dispositif.

Menaces sur l'emploi

La perception est nettement moins positive chez les entreprises du secteur qui alertent sur les menaces sur les 60 000 emplois générés par l'imprimé publicitaire. Le prospectus sans adresse représente en effet environ 33% de l'activité de certains imprimeurs, 78% pour Mediaposte voire 100% pour les petits distributeurs. « L'évaluation de l'expérimentation a souligné les difficultés de divers acteurs économiques et les évolutions de pratiques nécessaires afin de s'adapter à ce nouveau contexte », note le rapport. « Cette expérimentation a eu des effets difficiles, voire très difficiles pour certains secteurs d'activité directement liés aux prospectus publicitaires (fabrication, distribution), reconnaît l'Igedd. Elle a accéléré la tendance baissière de l'utilisation du papier. Ainsi, de fortes réorganisations ont été parfois nécessaires, voire la mise en redressement judiciaire d'entreprises, la transformation majeure du secteur de la distribution d'IPSA. »

Pollution numérique vs papier

Le cercle d'Alliés, regroupement informel des acteurs économiques liés à l'imprimé publicitaire et au papier, met en avant la liquidation judiciaire de Milee (ex-Adrexo), l'un des deux gros acteurs de la distribution d'IPSA, et ses 10 000 emplois détruits. Il souligne aussi que « le commerce de proximité souffre de la non-distribution de prospectus pour toucher sa clientèle locale ». Il rappelle que « le papier est soumis aux filières REP et finance le recyclage à hauteur de 80M€/an, le prospectus atteignant un taux de recyclage entre 80 et 90% ». Et que le report de la publicité du papier vers le numérique a aussi des impacts environnementaux, sans que l'Ademe soit en capacité de trancher « qui de la publicité numérique et papier a un impact plus important que l'autre ». Le rapport reconnaît en effet qu'« un moindre recours au papier avec un usage accru du numérique présente des impacts environnementaux » avec un changement de la nature de ces impacts (émissions de gaz à effet de serre, consommation de ressources naturelles, effets écotoxiques...).

SUR LE MÊME SUJET

- **Collecte des déchets papiers et d'emballages ménagers : le cahier des charges est défini**
- **Papiers et cartons : les collectivités confrontées à une situation de crise**

NOTES

NOTE 01 Des villes (Bordeaux, Sartrouville) ; des métropoles, communautés de communes ou agglomérations (Agen, Dunkerque Grand Littoral, Grand Nancy, Grenoble Alpes Métropole, Leff Armor, Troyes Champagne, Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon) et des syndicats liés aux déchets (Sictoba en Basse Ardèche, Smicval dans le Libournais Haute Gironde, Sytrad en Ardèche-Drome ; Syvadecc en Corse et Univalom dans les Alpes-Maritimes).

COMMENTAIRES

0 | RÉAGIR

Ajouter un commentaire



Vérification Anti-Robot

Cliquez ici pour vérifier

FriendlyCaptcha ↗

SOUMETTRE LE MESSAGE