RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

APPEL A CANDIDATURES - EXPERIMENTATIONS TERRITORIALES « OUI A LA PUBLICITE » - MISE EN ŒUVRE DE LA LOI CLIMAT & RESILIENCE

Cadre de l'expérimentation

Contexte législatif

Depuis plusieurs années, la France a fait le choix d'un changement de modèle de développement sobre en énergie et en ressources, limitant les émissions de gaz à effet de serre et de polluants.

Le programme national de prévention des déchets (PNPD 2014-2020 et futur PNPD 2021-2027), la loi antigaspillage pour une économie circulaire (AGEC) ainsi que la loi « Climat & Résilience » constituent un socle favorable pour intervenir sur la lutte contre le gaspillage lié à la publicité et plus spécifiquement aux imprimés publicitaires.

La Loi N° 202-1104 du 22 aout 2021 « *portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets* » inscrit dans son article 21 la possibilité d'expérimenter l'interdiction de distribution d'imprimés à visée commerciale non adressés sauf mention visible les autorisant.

« *À titre expérimental et pour une durée de trois ans, la distribution à domicile d'imprimés en plastique, en papier ou cartonnés à visée commerciale non adressés, lorsque l'autorisation de les recevoir ne fait pas l'objet d'une mention expresse et visible sur la boîte aux lettres ou le réceptacle du courrier, est interdite. Sont exclus de cette expérimentation les échantillons de presse. Cette expérimentation a pour but d'évaluer l'impact environnemental d'une telle mesure, notamment sur la production et le traitement des déchets de papier, ses conséquences sur l'emploi, sur les secteurs d'activité concernés et sur les comportements des consommateurs ainsi que ses éventuelles difficultés de mise en œuvre. Elle est mise en place dans des collectivités territoriales ou des groupements de collectivités territoriales ayant défini un programme local de prévention des déchets ménagers et assimilés en application de l'article L. 541-15-1 du code de l'environnement. La liste de ces collectivités et groupements, dont le nombre ne doit pas excéder quinze et dont la population totale ne doit pas excéder 10 % de la population française totale, est définie par décret, sur la base des candidatures exprimées. Le cas échéant, la sélection est opérée en tenant compte de la diversité des territoires* ».

Objectif du « Oui à la publicité »

Le projet « Oui à la Pub » porte sur la réduction de la publicité non adressée en boites aux lettres. Il vise la mise en place d'un modèle allant vers une publicité davantage voulue que subie permettant de ne conserver que les effets utiles de la publicité et de réduire le gaspillage indésirable.

Pour les citoyens cela veut dire obtenir l'information qui intéresse sur les produits de consommation sans avoir l'effet indésirable de gaspiller des quantités considérables de papier.

Pour la collectivité, cette expérimentation territoriale a pour objectif de mettre en œuvre, sur un territoire donné, l'interdiction de distribution à domicile d'imprimés à visée commerciale non adressés en offrant la possibilité de les recevoir via une mention visible (type « oui à la pub » ou « publicité acceptée ») et d'assurer une évaluation de leurs impacts environnementaux (dont production et traitement des déchets de papier), de leurs conséquences sur l'emploi et sur les secteurs d'activité concernés, sur les comportements des consommateurs ainsi que ses éventuelles difficultés de mise en œuvre.

Un contexte porteur

Une enquête[1] menée par l'ADEME souligne une conscience écologique de plus en plus partagée et le fait que la réflexion sur un « OUI A LA PUB » est globalement bien accueillie et s'inscrit dans un contexte favorable :

- Au sein du grand public : une sensibilité de plus en plus forte aux enjeux de réduction du gaspillage (alimentaire, eau, papier…) :
  - Des plaintes de plus en plus fréquentes d'habitants recevant des imprimés publicitaires alors qu'ils sont équipés de STOP PUB .
  - Cela reste une minorité face à la majorité silencieuse et passive face à la réception de ces imprimés publicitaires, mais témoigne d'une montée en puissance du sujet.

- Au sein des entreprises et du monde économique : des engagements RSE et des initiatives d'amélioration des pratiques :
  - Annonceurs d'imprimés publicitaires : des initiatives en développement autour du « 0 prospectus » (ex : Monoprix, Intermarché de Clichy) – toutefois souvent remplacés par de la publicite numérique ;
  - Distributeurs d'imprimés publicitaires : des actions RSE autour de la valorisation des imprimés publicitaires non distribués, des actions de formation des employés pour veiller aux bonnes pratiques de distribution…

Des préoccupations économiques de réduction des charges qui offrent un socle favorable

- Annonceurs : une sensibilité forte à l'enjeu de réduction des charges et l'intérêt économique de ne pas sur-émettre de la publicité inutile (i.e. jetées à la poubelle, non distribuées…)
- Collectivités : un intérêt pour la réduction de leurs charges liées à la collecte des déchets

Une adéquation avec le calendrier des évolutions de compétences, et les réflexions déchets au niveau des intercommunalités

- La loi NOTRe (transfert des compétences vers les intercommunalités, refonte des contrats) engendre un contexte propice à la remise à plat des politiques déchets et à ce type de réflexions sur des approches innovantes en matière de prévention des déchets

Néanmoins, différents obstacles et objections au « OUI A LA PUB » ont été identifiés dans le cadre de cette enquête :

- Economique : intérêt économique & financier des acteurs, modèle économique des parties prenantes…
- Environnemental : pertinence en termes d'impact environnemental potentiel
- Comportemental : normes sociales & culturelles, usages et pratiques, préférences & sensibilité…
- Politique et posture : engagements politiques & posture, enjeux électoraux…
- Organisation et opérationnel : mise en œuvre opérationnelle, process…
- Juridique et réglementaire : cadre et contraintes juridiques & réglementaires…

Mode d'action

La loi prévoit pour ces expérimentations un maximum de 15 collectivités dont la population totale ne doit pas excéder 10 % de la population française totale, sur la base des candidatures exprimées.

[1] Enquête ADEME 2018 « Quelles conditions et quelles retombées potentielles d'une opération pilote « oui à la pub » à l'échelle d'une collectivité ? »

Indicateurs suivis

L'évaluation des expérimentations s'opérera majoritairement à travers un certain nombre d'indicateurs communs mais également développés, le cas échéant, pour chaque territoire.

On pourra citer :

- Des indicateurs d'impacts environnementaux (évolution des flux d'imprimés publicitaires non adressés jetés et de quantités de papiers consommés, impact en termes de report vers des pratiques numériques…)
- Des indicateurs d'impacts économiques (réduction de charges pour les enseignes et éventuelles variations des ventes, évolution des coûts de gestion des déchets pour les collectivités…) et d'emplois (distribution des imprimés…)
- Des indicateurs d'impacts comportementaux (niveau d'adoption de la mention « publicités acceptées » sur les boîtes aux lettres, effet de report vers d'autres supports de publicité dont numérique…)
- Des indicateurs d'impacts de compréhension, d'adhésion et de satisfaction (niveau de compréhension du système mise en œuvre, implication des parties prenantes du territoire…)
- …

Calendrier des actions

26 novembre 2021 : clôture de l'appel à candidature
Décembre 2021 : annonce des candidatures retenues
1er trimestre 2022 : début des expérimentations
Juillet 2024 : présentation des résultats de l'expérimentation
Décembre 2024 : fin de l'expérimentation

Accompagnement

Après sélection des candidatures, les collectivités pourront bénéficier d'une aide financière afin de se faire accompagner par un bureau d'étude pour la mise en place, le suivi et l'évaluation du dispositif. Pour cela, elle se tourneront vers la Direction Régionale de l'ADEME de leur territoire.

Candidature des collectivités - Informations demandées et critères

Cet appel à candidatures vise à identifier les collectivités territoriales souhaitant déployer prochainement une expérimentation « OUI A LA PUB » à l'échelle de leur territoire.

I. Qui peut candidater ?

- Les communes ou métropoles
- Les collectivités territoriales ou le groupement de collectivités territoriales qui assurent la collecte des déchets des ménages (et donc en charge du PLPDMA)

II. Informations demandées sur les caractéristiques de la collectivité territoriale

Population : nombre d'habitants, densité
Typologie d'habitat : urbaine, rurale, semi-urbaine…
Acteur en charge de la collecte des déchets :
Date du vote du PLPDMA :
Actions déjà développées sur les imprimés publicitaires :
Nombre de grandes surfaces de distribution présents sur le territoire :

Taux d'apposition du stop pub (si connu),
Tonnage d'imprimés publicitaires dans les déchets (données centre de tri ou MODECOM locaux)
Mise en œuvre de la tarification incitative : oui/non. Si oui à quelle date.

Sur quel territoire le porteur souhaite-t-il, à ce jour, développer l'expérimentation (ensemble du territoire ou partie du territoire – si oui lequel ?).

Contact responsable de la candidature :
Fonction, coordonnées
Elu référent :

Cf. fiche complète de candidature en annexe.

III. Exigences liées à la sélection des collectivités territoriales

A. PLPDMA

La collectivité territoriale qui souhaite déployer une expérimentation « OUI A LA PUB » à l'échelle de son territoire doit répondre aux obligations légales d'élaboration et de mise en œuvre d'un **programme local de prévention des déchets ménagers et assimilés (PLPDMA), obligatoire depuis le 1er janvier 2012, conformément à l'article L. 541-15-1 du code de l'environnement.**

B. Planning & Méthodologie

La collectivité territoriale **s'engage au lancement rapide de l'expérimentation, dans l'idéal avant fin 2021 ou au plus tard tout début 2022.**

Cette expérimentation pourra se développer en deux temps :

1) Accompagner la préparation amont d'une expérimentation « OUI A LA PUB » sur le territoire :

- Cadrage préparatoire de la démarche en interne à la collectivité
- Concertation amont avec les parties prenantes du territoire (acteurs économiques & institutionnels)
- Consultation & sensibilisation du grand public (usagers & leurs représentants)

2) Appuyer le déploiement opérationnel de l'expérimentation « OUI A LA PUB » sur le territoire ; suivi et évaluation :

- Portée à connaissance de la démarche & pédagogie auprès des parties prenantes du territoire
- Pilotage : suivi & évaluation de la démarche.

C. Engagement politique

La collectivité devra apporter un témoignage de sa **volonté politique :**

- Objectifs en matière de réduction du gaspillage,
- Courrier d'engagement des élu(e)s,
- Contexte territorial et historique local : labellisation (Territoires économie circulaire, territoire zéro déchets zéro gaspillage…) et éventuels enjeux spécifiques à l'échelle du territoire, actions déjà mises en œuvre sur la thématique « publicité » (affichage, imprimés, supports numériques…).

Elle pourra intégrer dans son dossier de candidature **l'intérêt porté par une telle expérimentation par les acteurs territoriaux concernés** :

- Les principaux émetteurs d'imprimés publicitaires sur le territoire (Grandes surfaces spécialisées, Grandes et Moyennes surfaces, commerces de proximité, services de type agences immobilières…)
- Les principaux distributeurs d'imprimés publicitaires (ADREXO, MEDIAPOST, autres acteurs et éventuels sous-traitants)

- Les principales associations environnementales présentes sur le territoire
- Les usagers et leurs représentants (et notamment : collectifs de quartiers, associations de consommateurs…)
- Les acteurs de la collecte et du recyclage des déchets
- CITEO (directions régionales)
- …

IV. Documents à remettre dans le cadre de la candidature

- **Fiche de candidature complétée(I)**
- **Copie de la délibération votée du PLPDMA**
- **Courrier d'engagement politique des élus de la collectivité et engagement sur le délai de lancement de l'expérimentation**
- **Autres documents communiqués par le répondant**

Sélection des candidatures

Suite à la réception des différentes candidatures, l'ADEME proposera au Ministère de la Transition Ecologique et au Ministère de la Cohésion territoriale une analyse de ces dernières afin de retenir les collectivités territoriales qui s'engageront dans les expérimentations autorisées dans la loi.
L'analyse des candidatures veillera à sélectionner un panel de collectivités représentant la diversité des territoires.

L'appel à candidature est ouvert jusqu'au 26 novembre 2021.
Le dossier de candidature complet est à retourner à : experimentation.ouipub@ademe.fr
Contact : experimentation.ouipub@ademe.fr

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

APPEL A CANDIDATURES
EXPERIMENTATIONS TERRITORIALES « OUI A LA PUBLICITE » -
MISE EN ŒUVRE DE LA LOI CLIMAT ET RESILIENCE

Fiche de candidature

Nom de la collectivité (commune ou métropole, collectivité territoriale ou groupement de collectivités en charge du PLPDMA) : …….

Nombre de communes ou EPCI du territoire : ……

Nombre d'habitants : ……

Typologie de l'habitat
☐urbain ☐semi-urbain ☐ rural

Périmètre envisagé pour l'expérimentation :
☐ sur l'ensemble du territoire ☐ sur une partie du territoire Préciser :……..

Nombre d'habitants concernés par l'expérimentation ……

Acteur en charge de la collecte des déchets : ……

Date du vote du PLPDMA : ……

Mise en place de la tarification incitative :
☐ non ☐ oui si oui, à quelle date ? …….

Tonnage d'imprimés publicitaires dans les déchets (données centre de tri ou MODECOM locaux) :
……
Nombre de grandes surfaces de distribution présentes sur le territoire et taille : ……

Taux d'apposition du stop pub (si connu) : …….

Actions déjà développées sur les imprimés publicitaires :
……
……
……
……
……
……

Contacts

NOM du responsable de la candidature ……**PRENOM** : ……

Fonctions…….

Coordonnées : Téléphone : …….
Adresse mail : …….

NOM de l'élu référent……**PRENOM**……

Documents à remettre dans le cadre de la candidature

☐ La présente Fiche de candidature complétée
☐ Copie de la délibération votée du PLPDMA
☐ Courrier d'engagement politique des élus de la collectivité et engagement sur le délai de lancement de l'expérimentation
☐ Autres documents communiqués par le répondant

Nous vous remercions de transmettre votre candidature avant le **26 novembre 2021 – 18 heures**
Le dossier complet est à retourner à : experimentation.ouipub@ademe.fr