

FICHE DE SUIVI DE L'ACTION

Promotion du stop pub

(Action n°1)

Action portée par : **Agglomération de Bourges Plus**
- 96845 habitants

Programme de prévention de : **Agglomération de Bourges Plus**

X Action en cours

05/2015

(date de début effectif)

Action projetée

(date de début prévisionnel)

Action réalisée

(date de fin)

I. DESCRIPTIF DE L'ACTION

En août 2014, nous avons comptabilisé le nombre de boîtes aux lettres équipées de Stop-Pub sur la base d'un échantillonnage représentatif (collectif, urbain, rural, ...). Il est apparu ainsi que 19,5% des foyers avaient adopté cette pratique.

En mai 2015, nous avons distribué le stop pub sur l'ensemble de l'agglomération par le biais du journal intercommunal « Bourges-Plus Magazine » imprimé à 52 000 exemplaires.

Un nouveau comptage a été réalisé en décembre 2015, il a fait apparaître que 21% des boîtes aux lettres étaient équipées de stop pub.

L'enquête d'opinion réalisée en octobre 2015 relative à la sensibilisation et aux gestes de prévention des déchets avait elle donné une estimation de 24% de foyers qui ont apposé un autocollant (distribué par Bourges Plus ou non).

Un guide de la prévention va être réalisé en 2016, un « stop pub » y sera inséré.

En complément, sera faite la promotion de la dématérialisation chez l'habitant avec pour objectif de faire diminuer de 20 % la consommation de papiers de bureau chez 15 % des habitants (les papiers bureautiques représentent 25 % des papiers totaux (50,4 kg/hab/an de papiers au total)

II. OBJECTIFS DE L'ACTION

- Augmenter le taux de foyers ayant apposé un stop pub en 2016.
- Réduire le tonnage de papier.

PUBLIC(S) CIBLE(S)

Les foyers de l'agglomération

III. INDICATEURS D'ACTIVITES ET D'IMPACT

III.1 Indicateur de moyens					
Libellé de l'indicateur	Temps consacré en interne à cette action			Unité de mesure	jour
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	8	2	8	1	10
Résultat					
III.1 Indicateur de moyens					
Libellé de l'indicateur	Somme consacrée à l'action			Unité de mesure	€
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	11 500€	4000			

Résultat					
III.2 Indicateurs de réalisation					
Libellé de l'indicateur	Nombre de stop pub imprimés			Unité de mesure	
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	58000	50000			
Résultat	58000				

III.3 Indicateurs de réalisation					
Libellé de l'indicateur	Nombre de stop pub distribués			Unité de mesure	
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	52000	51000	2000	2000	1000
Résultat	52000				

III.3 Indicateurs de changements de comportements					
Libellé de l'indicateur	Nombres de boîtes aux lettres équipées de stop pub				
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	21%	23,5%	25,5%	27,5%	28,5%
Résultat	21%				

III.4 Indicateurs de quantités de déchets évités					
Libellé de l'indicateur	Tonnage annuel d'imprimés évités par le stop pub			Unité de mesure	tonne
Année	2015	2016	2017	2018	2019
Objectif	21	56	84	112	129
Résultat	21				

IV. ÉTAPES CLES DE L'ACTION

Étape	Réalisation prévisionnelle/effective (mois/année)	Remarque(s)	
évaluation du nombre de BAL équipés de stop pub avant la distribution	Août 2014	Echantillonnage	
Distribution du Stop pub dans le BourgesPlus Mag	Mai 2015		
évaluation du nombre de BAL équipés de stop pub Après la distribution	Décembre 2015	Echantillonnage	
Communication sur les lieux de mis à disposition des stop pub	Mars 2016 (rappel dans le Bourges Plus magazine)		
Distribution du Stop Pub dans le guide de la prévention	Décembre 2016		

V. PARTENAIRES MOBILISES

Partenaire	Nature du partenariat				
	Financier	Technique	Humain	Matériel	Autre(s), préciser :
<i>Mairies adhérentes</i>		x	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<i>Description : Diffusion en mairie et information.</i>				
Bailleurs sociaux	<input type="checkbox"/>	x	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<i>Description : diffusion aux nouveaux arrivants</i>				
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<i>Description :</i>				

VI. MODE DE COMMUNICATION

Mobilisation des partenaires et citoyens	Mise en œuvre de l'action	Valorisation des résultats
<i>Stands/animation</i>	<i>Distribution du stop pub</i>	<i>Journal de l'agglomération</i>
Lors de rencontres avec les différents partenaires		
Guide de la prévention		
Bourges Plus magazine	Brève dans le N) de Bourges Plus mag d'avril 2016	