



Touraine Propre

Ensemble, réduisons et valorisons nos déchets



ÉTUDE D'APPOSITION DES MENTIONS "STOP À LA PUB"

Observations de terrain en Touraine

Juillet 2026





SOMMAIRE

01

CADRE & MÉTHODE

Objectiver la présence du "Stop à la pub" sur le terrain

02

RÉSULTATS DE TERRAIN

Communes, habitats et formes de supports

03

ENSEIGNEMENTS & ACTIONS

Mise en perspective et leviers opérationnels



CADRE & MÉTHODE



CADRE & MÉTHODE

2 284

boîtes aux lettres
observées

619

mentions de refus
recensées

27,1 %

taux d'apposition
observé

20

communes observées



Unité d'observation

Boîtes aux lettres visibles
lors du passage terrain.



Agrégation

Résultats consolidés à
l'échelle communale pour
une lecture
opérationnelle.



Focus

Analyse plus approfondie
du lien entre apposition et
type d'habitat.

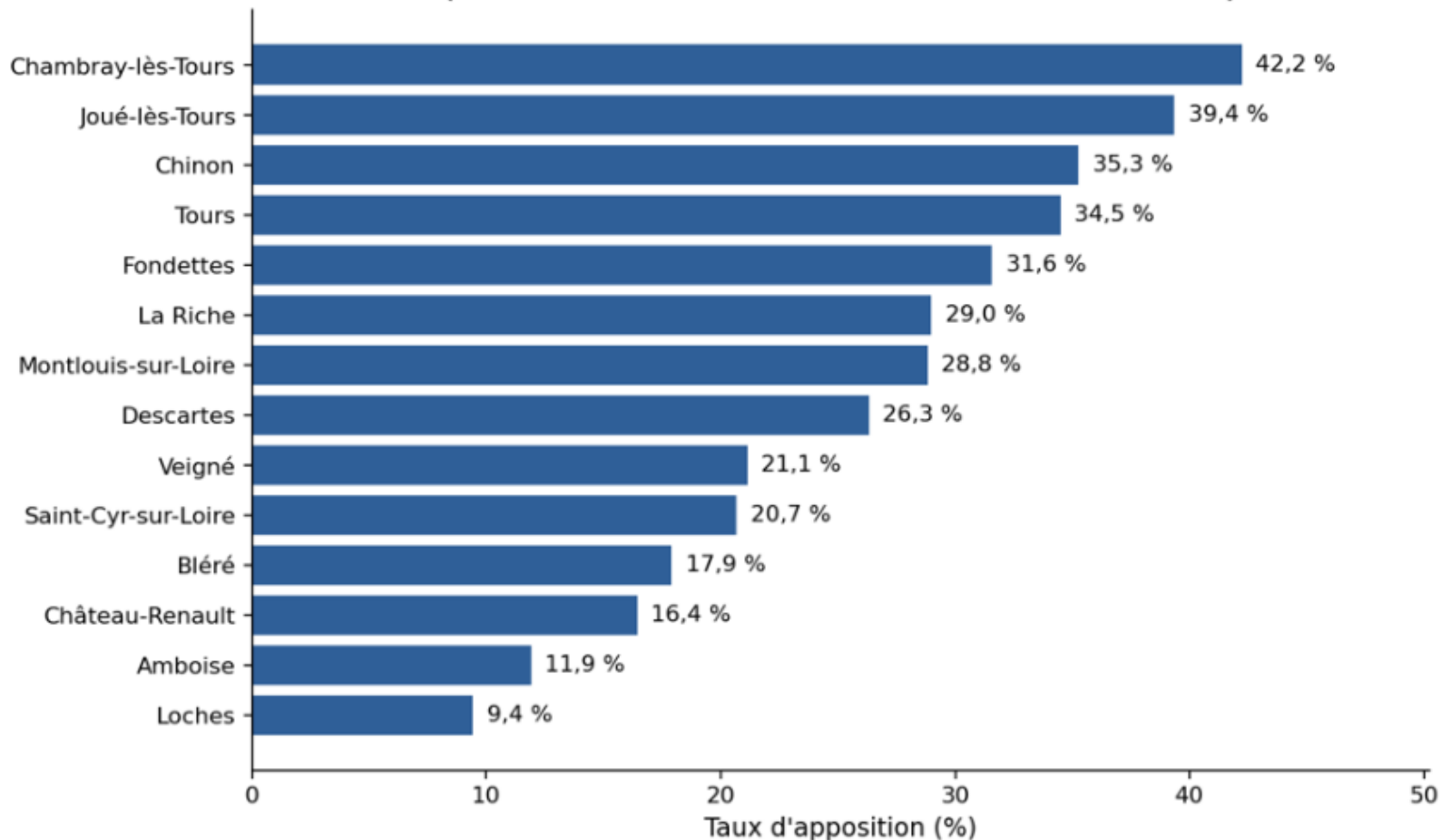


RÉSULTATS DE TERRAIN



RÉSULTATS DE TERRAIN

Taux d'apposition par commune
(communes avec au moins 50 BAL observées)



À RETENIR

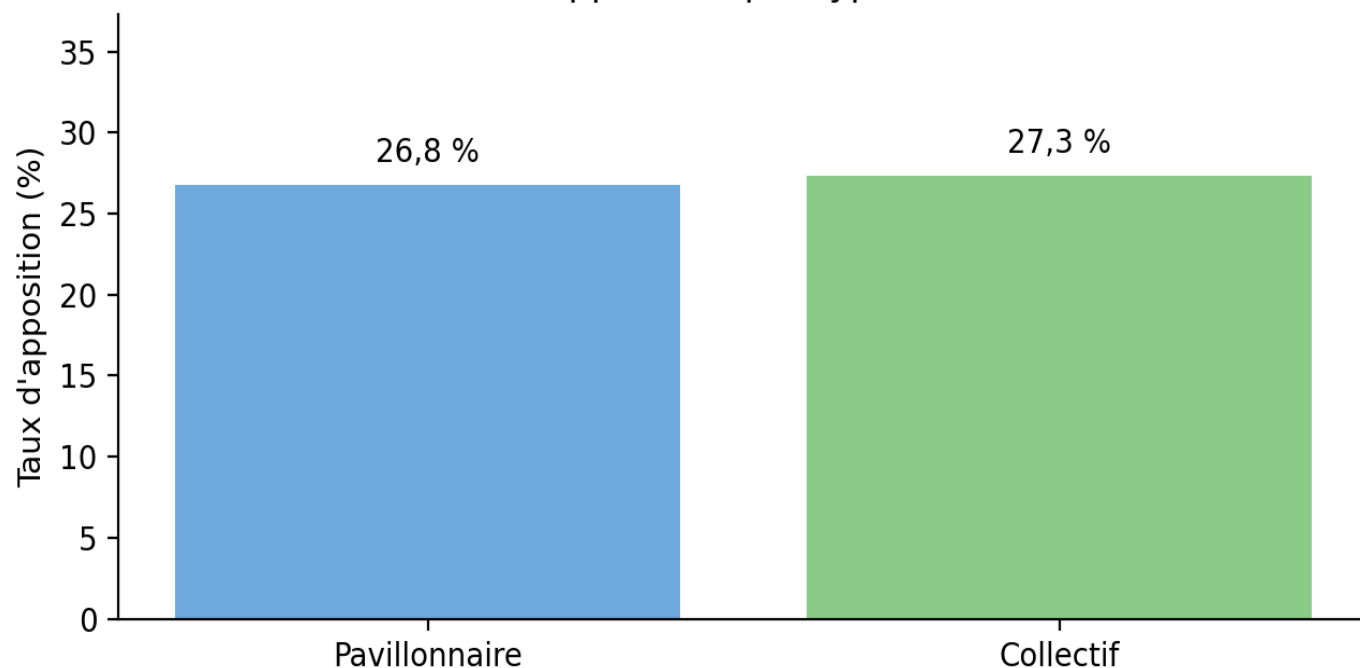
L'analyse par commune fait apparaître des écarts intéressants entre territoires.

Elle permet d'identifier les communes où les actions de diffusion ou de réassort peuvent être renforcées, notamment lorsque le nombre de boîtes aux lettres observées est élevé, mais que le taux d'apposition reste plus faible.



RÉSULTATS DE TERRAIN

Taux d'apposition par type d'habitat



UN TAUX PROCHE

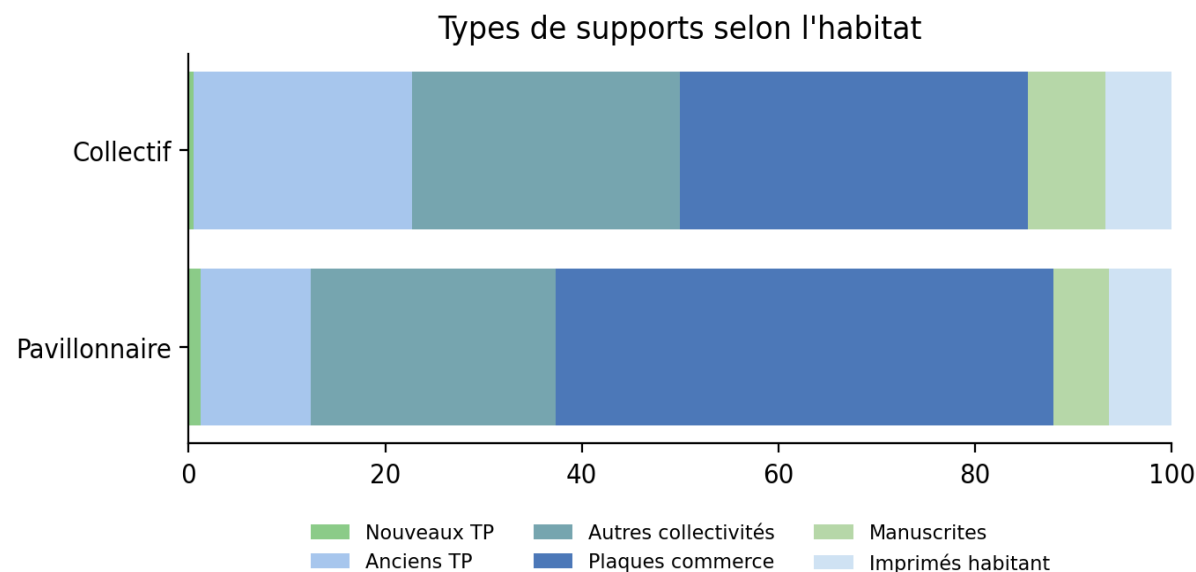
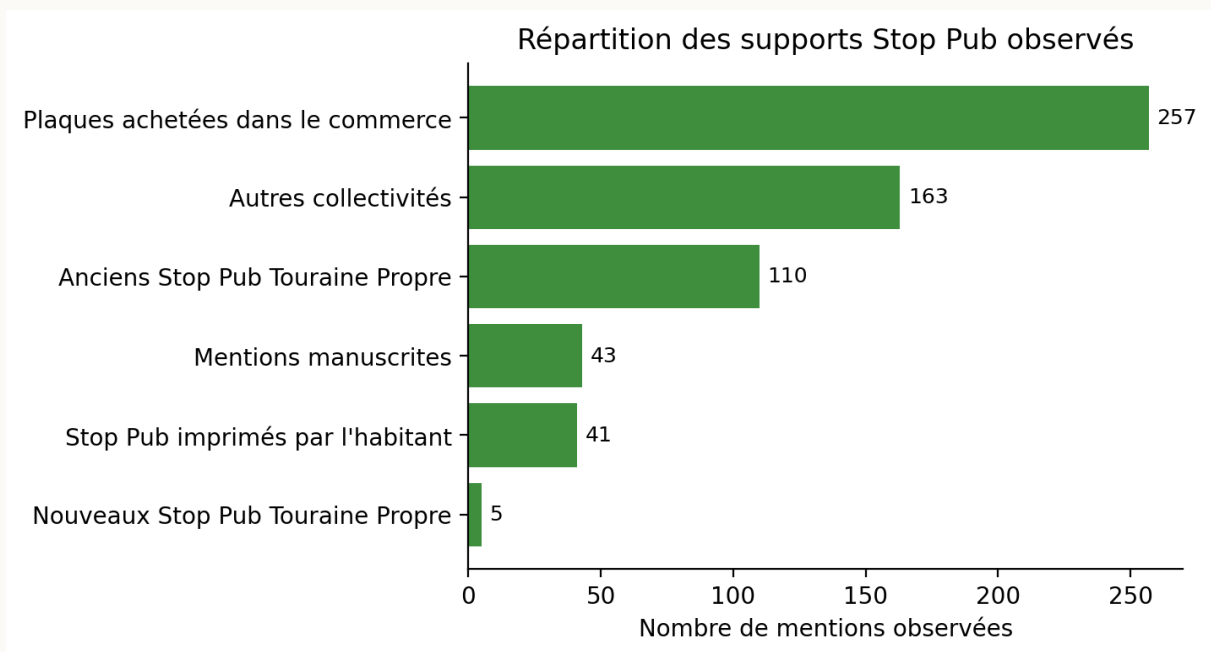
26,8 % en individuel
27,3 % en collectif

Régression binomiale agrégée : OR = 1,03 ; $p = 0,770$.

L'habitat collectif ne ressort pas comme un frein majeur à l'apposition. La stratégie de diffusion peut viser les deux habitats, avec des relais adaptés.



RÉSULTATS DE TERRAIN



Touraine Propre · Étude Stop Pub · Indre-et-Loire

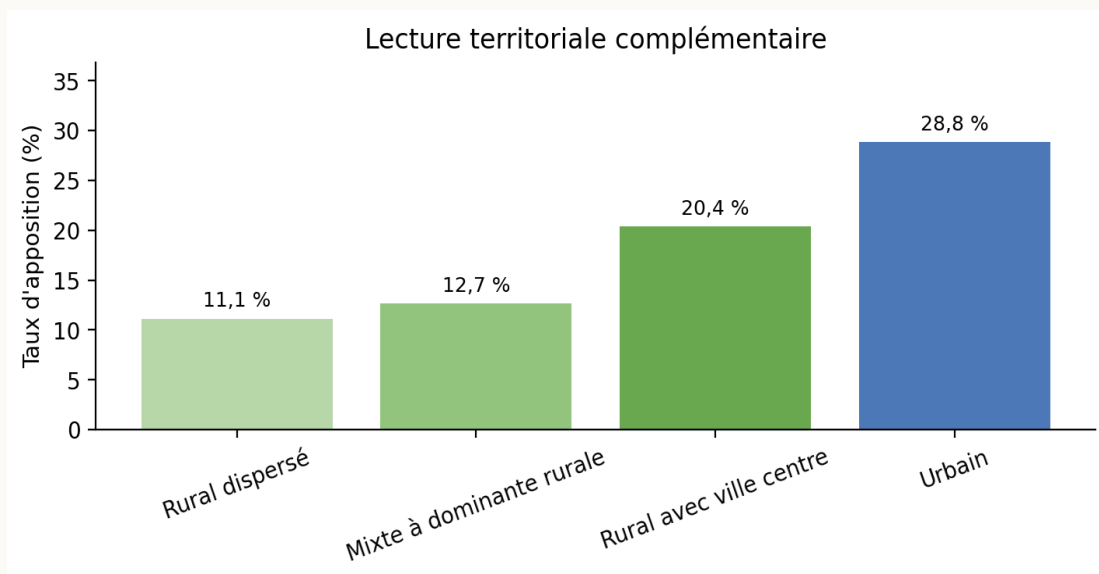
Les plaques achetées dans le commerce dominent les supports observés. Les nouveaux "Stop à la pub" de Touraine Propre - déployés depuis 2025 - constituent un indicateur de départ utile pour suivre les prochaines diffusions.



ENSEIGNEMENTS & ACTIONS



METTRE LES RÉSULTATS EN PERSPECTIVE



La lecture territoriale complète l'analyse : elle montre des marges de progression dans plusieurs contextes, y compris ruraux.

Étude citoyenne 2025-2026

Les foyers sans mention "Stop à la pub" reçoivent environ 4 fois plus de publicités que les foyers qui en sont dotés.

44 % des foyers équipés ont tout de même reçu au moins une publicité.

Les publicités représentent environ 25 % du flux papier caractérisé en centre de tri.

Deux démarches complémentaires : mesurer les quantités reçues et observer l'adhésion réelle.



PISTES D'ACTION



Présentoirs

Rendre le "Stop à la pub" visible, disponible et accessible dans les lieux de passage.



Relais locaux

Mairies, commerces, tabacs-presse, médiathèques, stands et événements.



Stratégie

Prioriser les communes où le taux d'apposition est plus faible afin d'améliorer l'accès aux supports "Stop à la pub".



Suivi

Suivre les stocks, les réassorts et la part des nouveaux supports "Stop à la pub" de Touraine Propre.

Message clé :

Le "Stop à la pub" est déjà présent dans les deux formes d'habitat. L'enjeu est désormais de renforcer l'accessibilité, la visibilité et le suivi des supports, en s'appuyant sur les relais locaux.

MERCI POUR VOTRE LECTURE

syndicat@tourainepropre.fr

02 47 73 72 00

19 rue Edouard Vaillant · 37000 Tours

tourainepropre.fr