

2,7 kgs de pub par mois dans les boîtes à lettres françaises



La publicité non-adressée, c'est-à-dire glissée à l'aveugle dans les boîtes à lettre françaises, a explosé ces dernières années. Alors qu'on s'attendait à une stabilisation voire une diminution, elle est passée de 2kgs à 2,7 kgs en moyenne par mois dans chaque boîte à lettres.

En revanche quand on appose un autocollant «Stop-Pub» sur sa boîte aux lettres on observe une baisse de 83% de la publicité non-adressée dans la boîte-à-lettres, de 72 prospectus la pub passe à 12.

Les enseignes de bricolage-jardinage et la grande distribution cumulent 69% des distributions de publicité non-adressée. Carrefour, Leclerc, et Système U, à eux seuls 36%, les autres étant Confo, Office-Depot etc..

Cette publicité non-adressée augmente les prix de ventes des produits des sociétés. Les 2,9 milliards d'euros de budget publicitaire augmentent forcément le prix des biens. C'est quelques centimes sur les produits, mais si on divise ces 2,9 milliards par le nombre de ménages, le coût publicitaire est de 176€ par an. Et le coût écologique : seul 49% du papier est recyclé, contre 75% pour les Allemands.

source : UFC -Que Choisir