



## Union Fédérale des Consommateurs - Que Choisir Nord & Ouest Seine & Marne

☒ Centre Social & Culturel G. Brassens; 4 patio des catalpas  
77420 CHAMPS / MARNE.

tél : 01 64 73 52 07 (Champs/M) & 01 64 40 88 37 (Pontault-C)

🌐 [www.conso-briard.org](http://www.conso-briard.org)

### **COMMUNIQUÉ DE PRESSE : 11/7/2018**

#### **Prospectus publicitaires dans les boîtes aux lettres de Seine et Marne:**

#### **Face au flot grandissant, le « Stop Pub » !**

Quatorze ans après le lancement du premier plan national sur la prévention des déchets, censé réduire la pollution publicitaire dans les boîtes aux lettres, l'UFC-Que Choisir Nord & Ouest Seine et Marne rend publics les résultats d'une enquête sur la distribution des publicités non adressées dans le département, qui souligne une situation toujours aussi calamiteuse. Face à l'insuffisance criante de la politique de prévention, l'association locale appelle les consommateurs à utiliser le « Stop Pub » qui fait la preuve de son efficacité, et les parlementaires à agir en vue d'instaurer des dispositifs financiers qui pénalisent réellement cette pratique publicitaire aux coûts écologiques et économiques inconsidérés.

En lien avec le réseau environnement, les bénévoles de notre association, dont certains ayant préalablement apposé un autocollant « Stop pub » sur leurs boîtes, ont comptabilisé durant tout le mois de mai le nombre de publicités non adressées reçues dans leur boîte afin d'en quantifier le volume et d'évaluer son efficacité.

De toute évidence, depuis le lancement de la campagne « Stop Pub », et malgré le développement d'Internet, la pression des imprimés non adressés s'est maintenue à un niveau élevé puisque le poids moyen de 2,5 Kg/ménage/mois sur notre département en 2018 est largement supérieur à celui de 2004 (2 Kg/ménage/mois).

A l'origine de cette pollution, les groupes de la grande distribution qui sont de loin les plus grands pollueurs publicitaires. Sur le département, les enseignes Carrefour, Auchan et Leclerc se démarquent particulièrement puisqu'elles constituent, à elles seules, 35 % du total des publicités reçues par les volontaires n'ayant pas de « stop pub » sur leur boîte aux lettres.

Un « Stop Pub » efficace mais encore insuffisamment diffusé pour être dissuasif.

Seule lueur d'espoir, l'efficacité redoutable du « Stop Pub ». En moyenne, 49 prospectus pour un poids de 2,5 kilos sont déposés dans les boîtes non équipées du « Stop Pub », contre (seulement) 6 prospectus et 100 grammes quand il est présent, soit une réduction de 87 % en volume et 96 % en poids ! Ce sont essentiellement certains livreurs de pizzas ou sushis et certaines agences immobilières qui ne respectent pas le « Stop Pub ».

Néanmoins, la très faible utilisation du « Stop pub » - 20% des Français selon les estimations - fait que notre département continue de couler sous les prospectus : sur l'année, selon nos estimations c'est 13000 tonnes qui ont été reçues par les Seine et Marnais à cause de la guerre publicitaire que se livrent les enseignes de la grande distribution !

Un gâchis environnemental payé doublement par les consommateurs

La pollution publicitaire représente un coût important qui n'est pas toujours visible des consommateurs. En amont, les 2,9 milliards d'euros dépensés chaque année en prospectus par les annonceurs français, soit 45€/an et par habitant, sont bien évidemment répercutés dans les prix de vente. En aval, le coût de collecte et de traitement des déchets papiers non recyclés reste à la charge des consommateurs/contribuables à travers la taxe sur les ordures ménagères, ce qui ne constitue pas un système suffisamment incitatif à la réduction des publicités non-adressées. Au-delà du coût économique, c'est bel et bien une gabegie environnementale, car, selon nos estimations, même si l'objectif de recyclage du papier (65%) fixé par les

pouvoirs publics était atteint en 2022, ce serait encore 5100 tonnes de papier qui continueraient à partir en fumée sur le département si rien n'était fait d'ici là. Cet objectif, déjà peu satisfaisant, sera d'autant plus compliqué à atteindre que, selon notre enquête nationale, dans deux cas sur cinq le logo Triman, indiquant le caractère recyclable du papier, n'est pas affiché sur la publicité.

Inquiète de l'aggravation continue de la pollution publicitaire liée aux prospectus non adressés et de l'incapacité des professionnels à s'autoréguler, l'UFC-Que Choisir Nord & Ouest 77 demande aux parlementaires de Seine et Marne :

- La mise en œuvre d'un malus véritablement dissuasif sur l'éco-contribution payée par les professionnels afin de pénaliser réellement cette pratique publicitaire et de les pousser vers d'autres pratiques publicitaires plus respectueuses de l'environnement.
- La mise en place d'une pénalité financière pour les enseignes ou les distributeurs qui ne respecteraient pas le « Stop Pub » ou pour les copropriétés ou bailleurs qui voudraient interdire de coller cet autocollant sur les boîtes aux lettres.

Par ailleurs, l'UFC--Que Choisir appelle les consommateurs à utiliser le STOP PUB qu'elle met gratuitement à disposition des seine-et-marnais.

Pendant la période juillet-août l'autocollant stop pub est disponible à l'antenne de Pontault-Combault, 22 rue de l'Orme au Charron, jeudi 16h-18h et 1<sup>er</sup> et 3<sup>ème</sup> samedi 9h30-11h30.