



---

**Publicité dans les boîtes aux lettres de l'Hérault  
Les industriels en font plus que jamais des tonnes !**

Dix ans après le lancement de la campagne nationale sur la prévention des déchets et du « Stop pub », censée réduire la pollution publicitaire dans les boîtes aux lettres, les UFC-Que Choisir de Montpellier et de Sète rendent publics les catastrophiques résultats d'une enquête sur la distribution des publicités non adressées dans l'Hérault qui souligne la croissance de cette pression publicitaire aux coûts écologiques et économiques colossaux.

En lien avec le réseau environnement de l'UFC-Que Choisir, 43 bénévoles et adhérents de nos associations, dont 10 ayant préalablement apposé un autocollant « Stop pub » sur leurs boîtes, ont comptabilisé durant le mois d'avril le nombre de publicités non adressées reçues dans leur boîte afin de quantifier le volume de pollution publicitaire induite et évaluer l'efficacité du « stop pub ».

**Malgré l'efficacité du « stop pub », nous estimons à plusieurs centaines de tonnes chaque mois la pollution publicitaire dans les boîtes héraultaises**

La différence de pollution entre les boîtes aux lettres disposant d'un « Stop pub » et les autres est énorme : en moyenne, 5 prospectus pour les premières pour un poids de 0,17 kilos, contre 56 prospectus et 2,3 kilos pour les boîtes non équipées, soit une réduction de 91 % en volume et 93 % en poids ! Néanmoins, la très faible utilisation du « Stop pub » - 9 % des Français déclarent l'avoir apposé - fait que notre département continue de crouler sous les prospectus : pour le simple mois d'avril, c'est ainsi 24.000.000 de prospectus représentant 980 tonnes qui auraient été reçus par les héraultais !

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 encore accrue puisque le poids moyen de ces publicités est passé de 2 kg/ménage/mois en 2004 à 2,1 Kg/ménage/mois sur notre département en 2014.

**La grande distribution, et les enseignes de bricolage sont les principaux pollueurs publicitaires**

Avec 55,7 % des publicités distribuées, les enseignes de la grande distribution, et de bricolage sont de loin les plus grands pollueurs publicitaires de notre département. Sur le département, les enseignes Carrefour, Castorama et Leclerc se démarquent particulièrement puisqu'elles constituent, à elles seules, 45,5 % du total des publicités reçues.

**Imprimés non adressés : une gabegie économique et environnementale**

Les imprimés non adressés représentent un réel coût pour les 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, si les émetteurs sont, depuis 2007, responsables du traitement de leurs publicités, l'essentiel du coût reste à la charge des consommateurs/contribuables, 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 : avec seulement 49 % du papier recyclé en France (contre 75 % en Allemagne), c'est plus de la moitié des 980 tonnes mensuelles distribuées sur le département qui sont gaspillées.

Face à l'aggravation de la pollution publicitaire liée aux prospectus non adressés, l'UFC Que Choisir saisit les parlementaires de l'Hérault pour demander :

- Un audit du Ministère de l'Environnement sur le financement du recyclage du papier, aujourd'hui bien peu transparent, et particulièrement sur la part réellement payée par les émetteurs de papier ;
- Une pénalité financière - inexistante à ce jour - pour les publicitaires qui ne respecteraient pas le « Stop pub ».

**Par ailleurs, soucieuse de lutter contre le gaspillage, l'UFC-Que Choisir a édité des autocollants « stop pub » qu'elle met gracieusement à disposition des héraultais au sein de ses associations locales de Montpellier et Sète.**

**UFC que Choisir Montpellier – 3 Rue Richelieu – BP2114 – 34026 Montpellier cedex  
UFC Que Choisir Sète – C. Commercial Le Château Vert – Boulevard Chevalier de Clerville  
34200 Sète**

**Contacts Presse : Montpellier : 04.67.6632.96 et 06.37.58.55.76  
Sète : 04.67.53.10.05**