



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LUNDI 9 DECEMBRE 2019

LOI ANTI-GASPI

STOP AUX PUBLICITES NON SOUHAITEES QUI INONDENT LES BOITES AUX LETTRES

Les fêtes de Noël approchent et avec elles, leur lot de prospectus dans les boîtes aux lettres. Chaque année en France, ce sont environ 18 milliards de publicités non sollicitées, soit 800 000 tonnes de papier, qui arrivent dans nos boîtes aux lettres. La fabrication, la distribution et le traitement de ces prospectus représentent un coût considérable pour l'environnement mais aussi pour les citoyens qui financent à leur insu ces prospectus. Beaucoup de ces derniers ne sont pas lus... et encore moins souhaités. Pourtant, un simple affichage « Pub acceptée » sur les boîtes aux lettres permettrait d'inverser la tendance. Alors que la loi anti-gaspillage est actuellement en examen, France Nature Environnement appelle le gouvernement et les parlementaires à se saisir du problème pour mettre fin à ce gaspillage indécent.

30 kg de publicités par foyer, par an

Chaque foyer français reçoit en moyenne 30 kg de prospectus par an dans sa boîte aux lettres. Fabrication, distribution, ramassage, traitement des déchets, recyclage, abandon en pleine nature... leur impact carbone peut être estimé à environ 800 000 tonnes de CO₂¹, soit l'équivalent des émissions de 600 000 voitures neuves qui parcourraient 13 300 km dans l'année². A l'instar de nombreux emballages et autres objets « à usage unique », ces imprimés qui encombrant les boîtes aux lettres ont une durée de vie très courte : non souhaités pour une bonne partie d'entre eux, ils sont très souvent jetés avant d'être lus.

Imprimés pour rien, ils finissent ensuite au recyclage dans le meilleur des cas – un recyclage qui reste polluant et partiel à cause des encres et glaçages, notamment. Sinon, c'est l'incinération, l'enfouissement, la dispersion dans la nature... Ils représentent ainsi un coût considérable tant pour l'environnement que pour les finances des collectivités. Alors que la tendance est indéniablement à l'éradication de tous les produits à très courte durée de vie, comment expliquer que ce gâchis soit encore toléré ? Comble de l'aberration : alors que les citoyens ne demandent pas à recevoir ces publicités, ce sont eux qui, in fine, paient la facture³.

Du « StopPub » vers la « Pub acceptée » : la poursuite d'un combat associatif contre le gaspillage

France Nature Environnement mène le combat contre le gaspillage des publicités non souhaitées dans les boîtes aux lettres depuis 1991. La fédération avait alors imaginé le dispositif « StopPub » pour permettre à chacun de refuser

¹ L'impact en termes de gaz à effet de serre d'une tonne de papier peut être estimé à environ une tonne de CO₂.

² Source Citeo : 2 tonnes de CO₂ = 21 500 km parcourus par une voiture neuve (arrondi à 1 tonne équivaut à 10 000 km).

³ Trois milliards d'euros annuels dépensés par les publicitaires dans les prospectus sont au final payés par les consommateurs au travers de leurs achats, ce qui représente un coût de 200 euros pour une famille de 4 personnes.



FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT

l'intrusion des messages commerciaux dans leur quotidien. Pas toujours respecté par les distributeurs, parfois arraché, abîmé avec le temps, difficile à obtenir ou même refusé par certaines copropriétés pour manque d'esthétisme, le dispositif a malheureusement montré ses limites.

Il est donc temps d'inverser la tendance. Ce n'est pas à ceux qui ne souhaitent pas recevoir de publicité de faire un effort, mais bien à ceux qui souhaitent la recevoir, de le signaler. La logique de réduction des déchets, de préservation des ressources et l'urgence environnementale l'imposent : le geste par défaut doit être le geste vertueux. Autrement dit, pas de distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres sans autocollant « Publicité acceptée ».

Une mesure anti-gaspillage simple et de bon sens : en finir avec les prospectus non souhaités et non lus

A l'occasion du projet de loi Anti-gaspillage, France Nature Environnement demande au gouvernement et aux parlementaires de soutenir sa proposition pour réduire considérablement la distribution des papiers publicitaires imprimés non souhaités et non lus par les citoyens. La fédération invite aussi les enseignes de la grande distribution à se mettre en cohérence avec leurs discours et à déployer dès maintenant, de manière volontaire, le dispositif « Pub Acceptée » en le promouvant auprès de leurs clients et en s'engageant à distribuer leur publicité uniquement dans les boîtes aux lettres munies de l'autocollant.

Réduire de 50% les prospectus publicitaires serait deux fois plus efficace en termes de diminution des émissions de CO₂ que de passer de 60 à 100% de recyclage sur les bouteilles plastique. Certains avanceront l'excuse de l'emploi pour reculer, alors que près de la moitié des prospectus sont actuellement imprimés à l'étranger.

*« Nous attendons que cette mesure 'Publicité acceptée', évidente, simple et peu coûteuse à mettre en place, mais ayant un impact significatif sur les émissions de gaz à effet de serre de la France, soit inscrite dans la loi anti-gaspillage, estime **Catherine Rolin, du réseau Prévention et gestion des déchets de France Nature Environnement.** Une vraie 'économie circulaire' impose que le geste vertueux soit privilégié. Responsables d'enseignes, industriels de la grande consommation, montrez-vous en phase avec les attentes des citoyens et montrez de l'ambition en mettant en application cette idée de bon sens ! »*

France Nature Environnement est la fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement. C'est la porte-parole d'un mouvement de 3500 associations, regroupées au sein de 71 organisations adhérentes, présentes sur tout le territoire français, en métropole et outre-mer. Retrouvez-nous sur fne.asso.fr, Facebook, Twitter (@FNEasso) et LinkedIn.