

Challenge « Objectif – 40 tonnes » : A l'occasion de la Fête des Voisins, Pubeco engage les Français inondés de prospectus à refuser la publicité subie

Pendant tout le mois de mai, Pubeco propose aux Français qui en ont ras-le-bol de recevoir en moyenne 40 kg de prospectus et catalogues publicitaires par an et par boîte aux lettres, de se faire les ambassadeurs du premier projet collectif de réduction des déchets papiers engendrés par ces publicités subies : le challenge « Objectif – 40 tonnes ».

Le challenge : 30 jours pour s'entraîner, la Fête des Voisins pour convaincre !

Concrètement, Pubeco, leader des prospectus et catalogues publicitaires dématérialisés géolocalisés ouvre dès le 1^{er} mai, un compteur sur jeprotegemaplanete.fr. Il tournera par tranche de 40 kg pour chaque autocollant commandé, gratuitement, sur le site internet. L'objectif : atteindre la barre des 40 tonnes au moment de la Fête des Voisins, grâce aux arguments que chacun pourra utiliser pour convaincre ses voisins de franchir le pas.

Si 1 000 foyers y apposent un autocollant « Pub non merci », c'est 40 tonnes de déchets en moins.

8 arguments pour convaincre ses voisins, le 31 mai

Selon un sondage OpinionWay* pour Pubeco, déjà 30% des Français se disent prêts à apposer un autocollant sur leur boîte aux lettres pour manifester leur refus de recevoir des flots de prospectus et catalogues publicitaires. Pour faciliter le passage à l'acte, Pubeco compte sur eux et leur propose une batterie d'arguments à même de convaincre leurs voisins :

- 54% des personnes résidant dans un immeuble sont favorables à l'apposition d'un autocollant commun à toute leur résidence ;
- pubeco.fr offre un accès direct aux informations commerciales désirées, fini la pub subie ;
- la géolocalisation permet de découvrir beaucoup d'autres promotions que celles qui sont mises dans nos boîtes aux lettres ;
- pubeco.fr est accessible n'importe où et n'importe quand pour un shopping « zéro papier », même sur son lieu de vacances grâce à la géolocalisation ;
- pubeco.fr informe également sur les horaires des magasins, y compris les jours fériés ;
- l'autocollant « Pub non merci » permet de faire un geste simple pour l'environnement tout en continuant de suivre l'actualité commerciale et les promotions de nos enseignes préférées ;
- grâce à l'autocollant « Pub non merci », ouvrir sa boîte aux lettres n'est plus un enfer quand on a déjà les mains encombrées par un sac, un téléphone, une poussette et ses courses ;
- en ne recevant pas de prospectus et catalogues publicitaires, on contribue à réduire le budget municipal de retraitement des déchets.

« Les Français sont d'accord pour penser à la planète mais ignorent souvent quel geste simple ils peuvent faire pour réduire leur empreinte environnementale. La Fête des Voisins est l'occasion d'un engagement collectif. C'est un moment convivial mais aussi d'échanges sur ces tracas du quotidien qui empoisonnent notre existence et sur les moyens de mieux vivre ensemble », explique Romain Sarels, Président fondateur de Pubeco.

*Enquête « Les Français et les prospectus » réalisée les 13 et 14 mars auprès d'un échantillon de 1016 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

A propos de PUBECO :

PUBECO offre un accès direct et dématérialisé aux actualités commerciales distribuées dans les boîtes aux lettres. Démarche économique et écologique, la solution PUBECO a gagné des centaines de milliers d'adeptes à travers la France qui retrouvent, d'un clic, les meilleures offres près de chez eux. Créé en 2008, par Romain Sarels et Yannick Lalleau, rejoints depuis par Eric Martel, **PUBECO reçoit chaque mois plus de 3,5 millions de visiteurs et compte 800 000 abonnés.** Romain Sarels est lauréat du réseau Entreprendre Nord 2011, du prix Moovjee en 2010 et du prix Graines de Boss en 2009. Plus d'information sur www.pubeco.fr et [@pubeco](https://twitter.com/pubeco)

Contact presse

We agency pour Pubeco : Diana Mlazgova - Diana.mlazgova@we-agency.fr

01 44 37 22 19 – 06 89 80 48 17