



PUBECO

Promos, catalogues et horaires
de vos magasins

Communiqué de presse
Orchies, le 6 juin 2013

Avec 73 tonnes de papier épargnées en un mois, Les Français explosent l'« Objectif : moins 40 tonnes de papier » de Pubeco

Pubeco a engagé les Français dans le 1^{er} défi collaboratif et numérique de réduction des déchets papiers. Tout au long du mois de mai, chacun était invité à manifester son désir de ne plus recevoir de catalogues et prospectus publicitaires dans sa boîte aux lettres. L'engouement a été massif et l'objectif largement dépassé : 72 880 kg de papier ont été économisés !

Un mouvement de fond de la société

En lançant son challenge « Objectif : moins 40 tonnes de papier en un mois » sur le site jeprotegemaplanete.fr, Pubeco entendait fédérer autour de son initiative tous les Français qui manifestent leur ras-le-bol face aux 40 kg de prospectus et catalogues publicitaires qu'ils reçoivent, inutilement, chaque année dans leur boîte aux lettres.



En effet, 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.

54% des personnes résidant dans un immeuble sont favorables à l'apposition d'un autocollant commun à toute leur résidence.

« Les Français sont d'accord pour penser à la planète mais ignorent souvent quel geste simple ils peuvent faire pour réduire leur empreinte environnementale. Ce challenge était l'occasion d'un engagement collectif et d'une sensibilisation du plus grand nombre à ce geste simple qu'est l'apposition d'un autocollant pour ne plus recevoir cette publicité subie. Le fait d'avoir atteint presque le double de notre objectif initial est la preuve du bien fondé de notre démarche », se réjouit Romain Sarels, Président fondateur de Pubeco.

Les raisons d'un succès

En demandant gratuitement leur autocollant « Pub Non Merci ! », les Français ont aussi choisi de :

- faire un geste simple pour l'environnement tout en continuant de suivre l'actualité commerciale et les promotions de leurs enseignes préférées ;
- passer enfin au shopping « zéro papier » ;
- accéder aux informations commerciales en permanence et en tout lieu en les consultant sur pubeco.fr ;
- bénéficier d'une solution géolocalisée pour découvrir toutes les promotions et les horaires des magasins autour d'eux.

*Enquête OpinionWay pour Pubeco « 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