

# Publicité Toutes boîtes

# Publicités Toutes boîtes



Juin 2006



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

## CRIOC

Centre de Recherche et d'Information  
des Organisations de Consommateurs



# Table des matières

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Poids et nombre de documents publicitaires toutes boîtes, impact de l'autocollant limitant la publicité, nombre de publicités adressées, nombre de publicités sous film plastique.
4. Perception des consommateurs wallons en ce qui concerne l'intérêt pour un autocollant concernant la limitation de la publicité toutes boîtes
  - Réception des publicités
  - Perception
  - Limitation
5. Conclusions

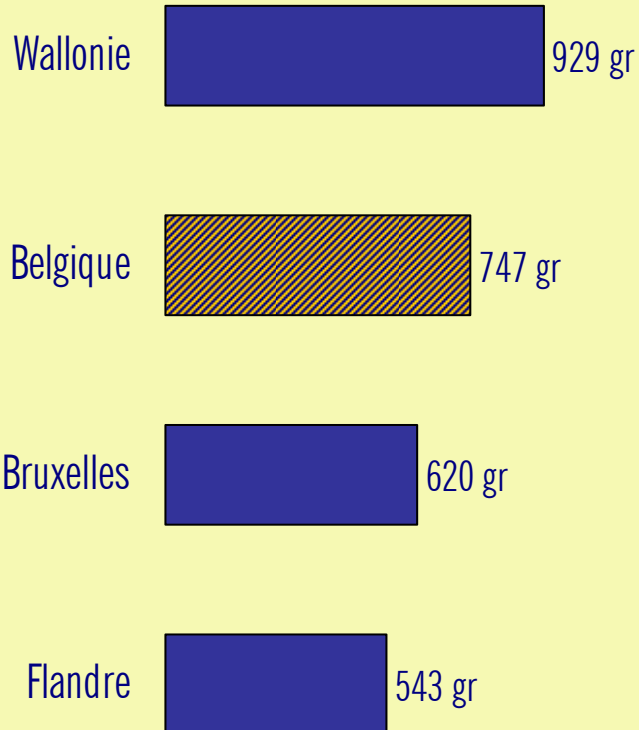
# Objectifs

- Évaluer le poids des publicités toutes boîtes reçues chaque semaine par les consommateurs
- Comparer le poids des publicités en présence ou absence d'un autocollant refusant cette publicité (Flandre, Bruxelles)
- Mesurer l'intérêt des consommateurs wallons pour une mesure volontariste de limitation de la publicité dans les boîtes aux lettres (la législation concernant le placement de l'autocollant est en préparation).

# Méthodologie

- Étude par observation et pesage
  - En 2005, échantillon de 19 boîtes aux lettres réparties dans 18 communes de Belgique (5 à Bruxelles, 6 en Flandre, 8 en Wallonie). Les publicités reçues ont été récoltées du 28 février 2005 au 24 avril 2005, soit pendant 8 semaines (du lundi 0h au dimanche minuit).
  - En 2006, échantillon de 17 boîtes aux lettres réparties dans 17 communes de Belgique (4 à Bruxelles, 5 en Flandre, 8 en Wallonie). Les publicités reçues ont été récoltées du 13 mars 2006 au 14 mai 2006, soit pendant 9 semaines (du lundi 0h au dimanche minuit)
- Étude quantitative
  - 650 Interviews quantitatives réalisées par téléphone dans le cadre de la convention du réseau éco-consommation, financée par la Région Wallonne.
  - Field : Mai 2006.
  - Échantillon aléatoire stratifié Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats ( $\chi^2$ , marge d'erreur). La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8%.

# Poids des publicités toutes boîtes



## ➤ Poids moyen (en grammes)

- En Belgique, les ménages reçoivent, par semaine, entre 543 gr et 929 gr de publicité toutes boîtes.
- Cela représente un poids annuel moyen variant entre 28 et 48 kg de publicité, soit une moyenne de 39 kg.
- En Wallonie, le consommateur reçoit plus de publicité que dans les autres régions. Il est vrai que seules la Flandre et Bruxelles permettent légalement de refuser, via un autocollant apposé sur les boîtes aux lettres la publicité toutes boîtes.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Poids des publicités toutes boîtes

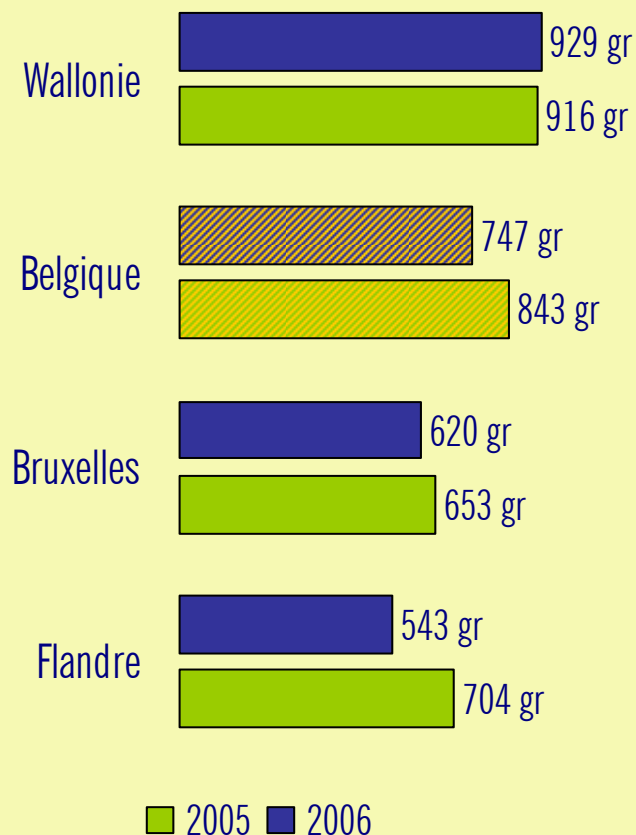
	Nombre de ménages	Poids moyen (gr)	Poids total (kg)
Bruxelles	491.357	620 gr	304.641 kg
Flandre	2.501.681	543 gr	1.358.413 kg
Wallonie	1.446.614	929 gr	1.343.904 Kg
Total Belgique	4.439.652	747 gr	3.316.420 Kg

➤ Poids moyen (pour l'ensemble des ménages)

- En Belgique, l'ensemble des ménages reçoit, par semaine, 3.316 tonnes de publicité toutes boîtes.
- En Wallonie, les publicités toutes boîtes représentent 1.344 tonnes.
- En Flandre, le poids des publicités toutes boîtes atteint 1.358 tonnes.
- A Bruxelles, ce nombre s'élève à 304 tonnes.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Évolution du poids des publicités toutes boîtes

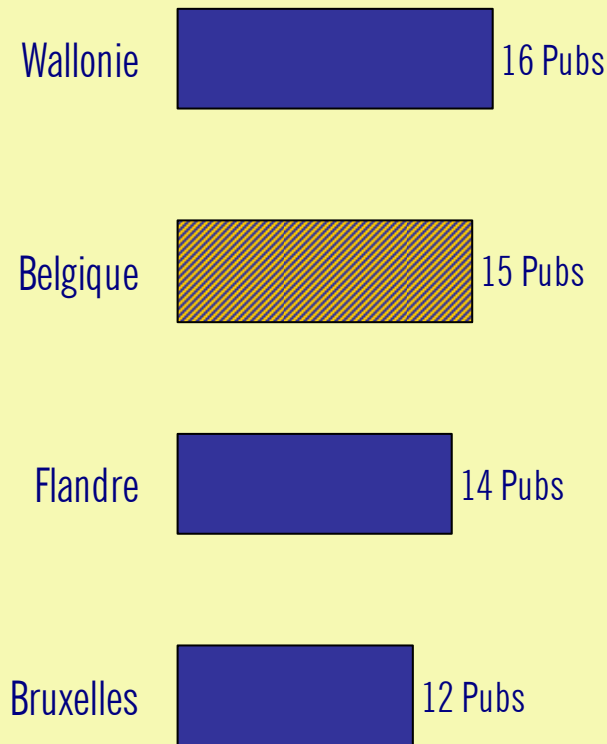


## ➤ Évolution 2005-2006 en grammes

- Le poids moyen de publicités est légèrement plus faible en 2006 qu'en 2005 (747 gr en 2006 contre 843 gr en 2005)
- En Wallonie, le poids des publicités en 2006 est plus important qu'en 2005 - 929 gr contre 916 gr en 2005 - (la moyenne nationale est dépassée). Ce poids a par contre diminué à Bruxelles et en Flandre entre 2005 et 2006.
- En 2005, la Wallonie recevait près de 8% de publicité en plus que la moyenne nationale. En 2006, ce chiffre atteint 24%. En Wallonie, il n'existe pas d'autocollant officiel interdisant la publicité.

Analyse des publicités collectées en 2005 et 2006

# Nombre de documents publicitaires



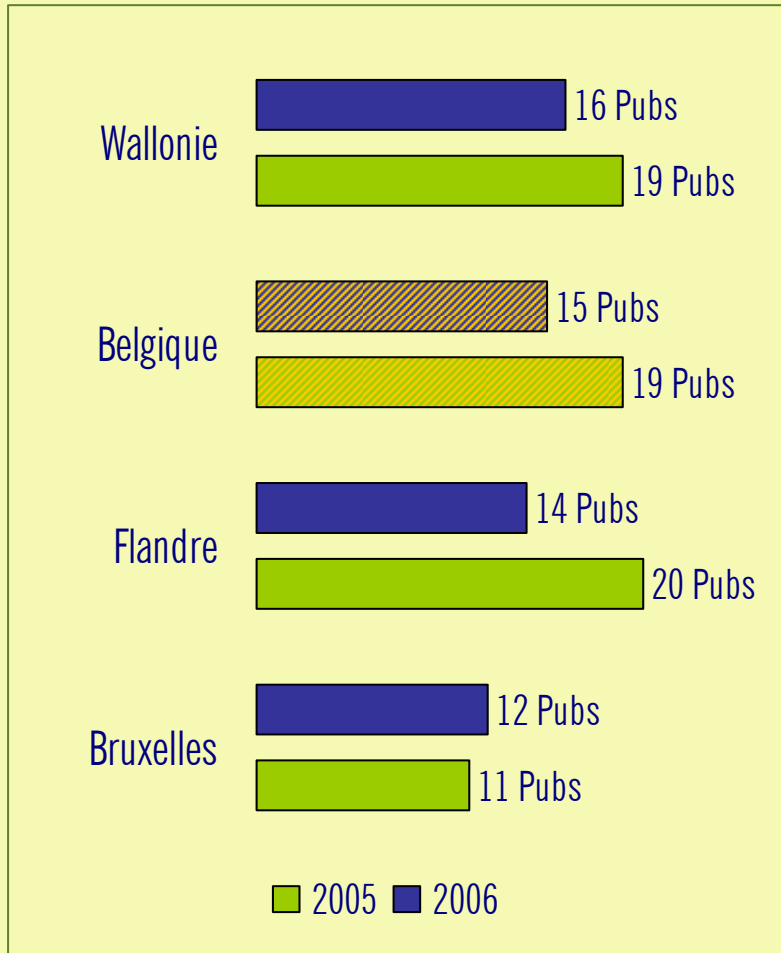
➤ Nombre de documents publicitaires (simple feuille, magazine, journal, dépliant...)

- En moyenne, les ménages reçoivent, par semaine, 15 documents publicitaires toutes boîtes.
- Plus en Wallonie (16), moins en Flandre (14) et à Bruxelles (12). Il est vrai que seules la Flandre et Bruxelles permettent légalement de refuser, via un autocollant apposé sur les boîtes aux lettres la publicité toutes boîtes.

Analyse des publicités collectées en 2006



# Évolution du nombre de documents publicitaires

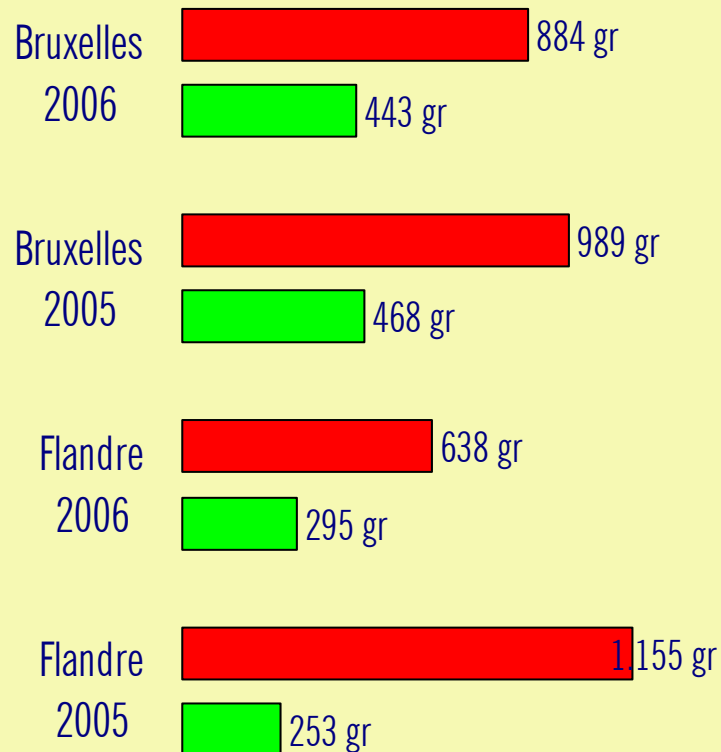


## ➤ Évolution 2005-2006 en nombre

- Le nombre moyen de documents publicitaires est plus faible en 2006 qu'en 2005. Chaque boîte aux lettres reçoit 15 documents par semaine en 2006, contre 19 en 2005
- En 2005, c'était la Flandre qui recevait le plus de documents publicitaires, en 2006, c'est la Wallonie.

Analyse des publicités collectées en 2005 et 2006

# Efficacité de l'autocollant limitant la publicité



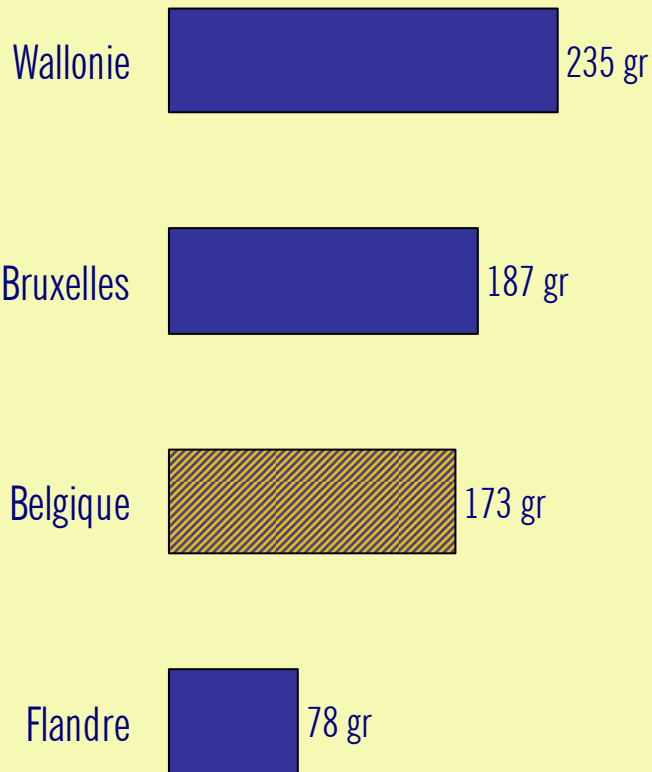
■ Avec autocollant ■ Sans autocollant

➤ Poids moyen (en grammes) de publicités toutes boîtes avec et sans autocollant apposé sur la boîte aux lettres

- L'autocollant, limitant la publicité permet de diminuer le poids total des publicités reçues.
- A Bruxelles, en 2005, il permettait d'éviter 53% en poids des publicités. En 2006, il arrête 50% du poids des publicités. En Flandre, en 2005, il permettait d'éviter 79% en poids des publicités. En 2006, il arrête 54% du poids des publicités
- Le poids des publicités dans les boîtes munies de l'autocollant est resté plus ou moins constant tandis que le poids total des publicités a diminué entre 2005 et 2006

Analyse des publicités collectées en 2005 et 2006

# Poids des publicités adressées



➤ Poids des publicités adressées (en grammes)

- En Belgique, les ménages reçoivent, par semaine, entre 78 gr et 235 gr de publicité adressées.
- Par ménage, le poids annuel varie entre 4 et 12 kg de publicités, soit une moyenne de 9 kg/an.
- En Wallonie, les courriers adressés pèsent en moyenne 36% de plus et à Bruxelles, 8%.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Poids des publicités adressées

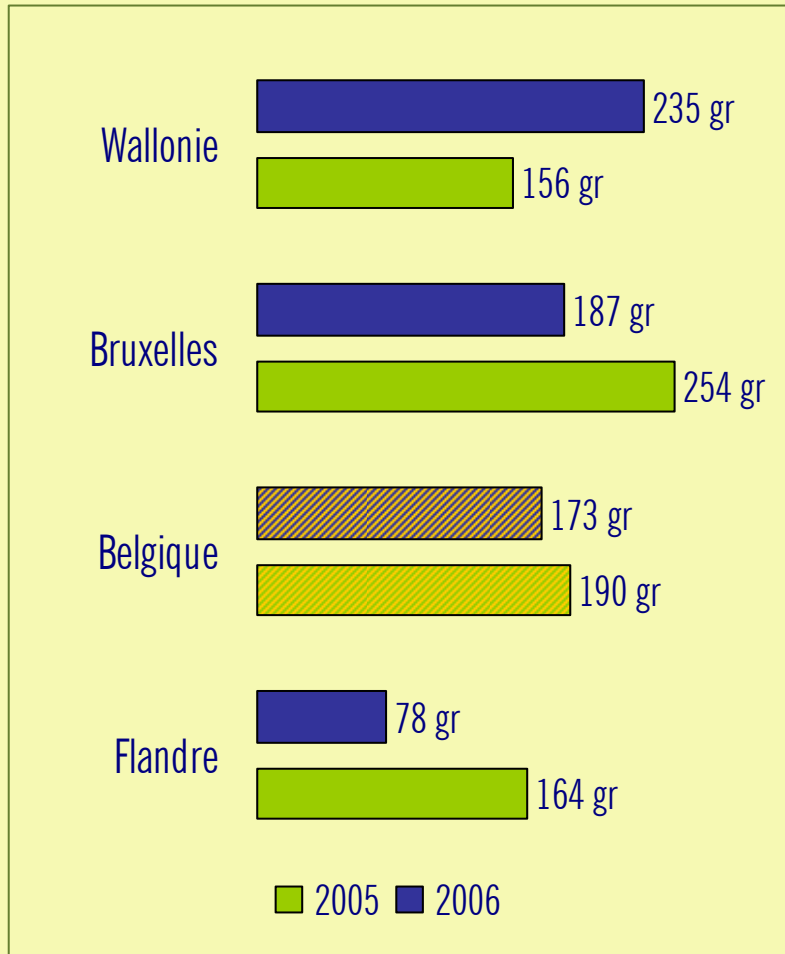
	Nombre de ménages	Poids moyen (gr)	Poids total (kg)
Bruxelles	491.357	187 gr	91.884 Kg
Flandre	2.501.681	78 gr	195.131 Kg
Wallonie	1.446.614	235 gr	339.954 Kg
Total Belgique	4.439.652	173 gr	768.060 Kg

➤ Poids des publicités adressées (pour l'ensemble des ménages)

- En Belgique, l'ensemble des ménages reçoit, par semaine, 768 tonnes de publicité adressées.
- En Wallonie, les publicités adressées représentent 340 tonnes.
- En Flandre, le volume des publicités toutes boîtes s'élève à 195 tonnes.
- A Bruxelles, ce nombre s'élève à 92 tonnes.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Évolution du poids des publicités adressées

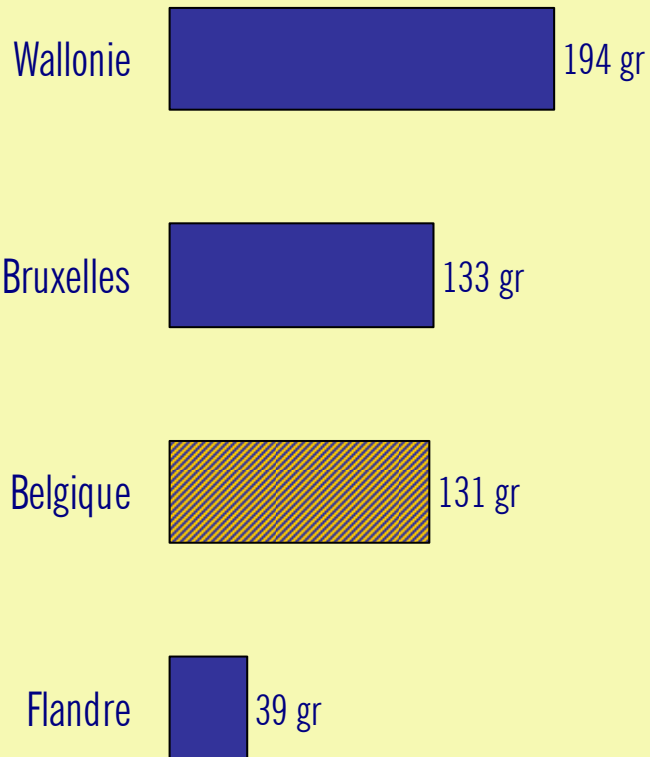


## ➤ Évolution 2005-2006 (en grammes)

- En 2006, le poids des courriers publicitaires adressés a diminué de 9%. Toutefois cette diminution cache des disparités régionales importantes :
- Entre 2005 et 2006, la Wallonie a connu une augmentation du poids des publicités adressées de l'ordre de 51%. La Flandre a connu une chute de 52% dans le poids des courriers adressés et Bruxelles de 26%.

Analyse des publicités collectées en 2005 et 2006

# Poids des publicités sous film plastique



## ➤ Poids moyen (en grammes)

- En Belgique, les ménages reçoivent, par semaine, entre 39 gr et 194 gr de publicité sous film plastique.
- Par ménage, le poids annuel varie entre 2 et 10 kg de publicité, soit une moyenne de 7 kg/an.
- En Wallonie, les publicités sous film plastique pèsent 48% de plus que la moyenne.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Poids des publicités sous film plastique

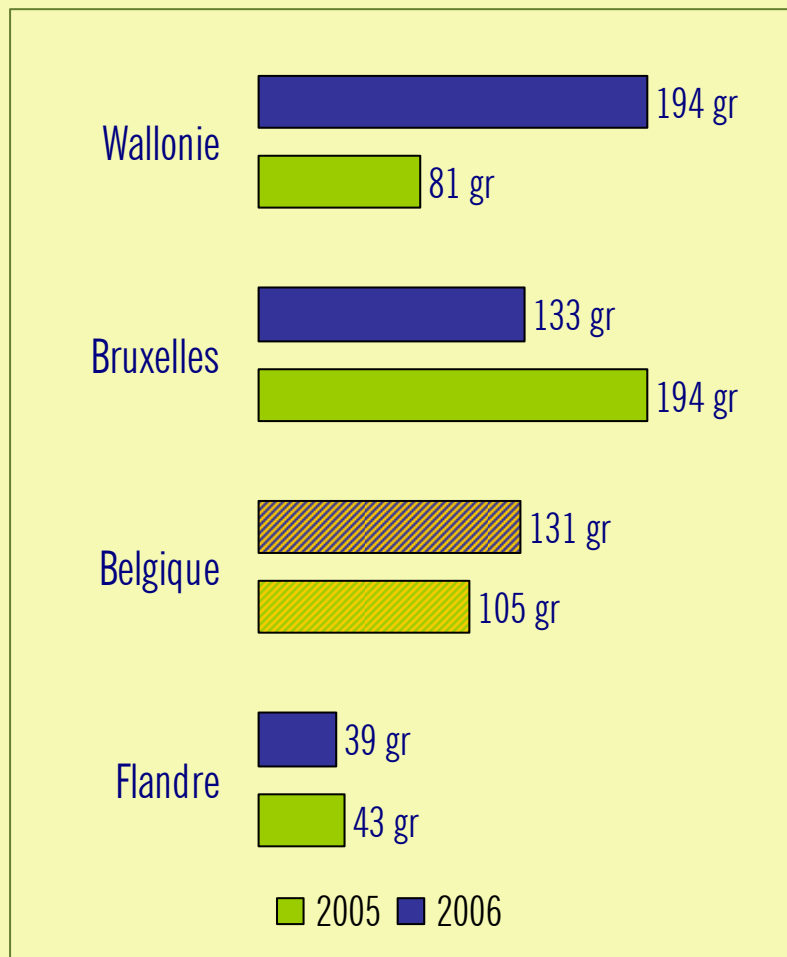
	Nombre de ménages	Poids moyen (gr)	Poids total (kg)
Bruxelles	491.357	133 gr	65.350 Kg
Flandre	2.501.681	39 gr	97.565 Kg
Wallonie	1.446.614	194 gr	280.643 Kg
Total Belgique	4.439.652	131 gr	581.594 Kg

➤ Poids moyen (pour l'ensemble des ménages)

- En Belgique, l'ensemble des ménages reçoivent, par semaine, 582 tonnes de publicité sous film plastique.
- En Wallonie, les publicités sous film plastique représentent 280 tonnes.
- En Flandre, le volume des publicités sous film plastique s'élève à 98 tonnes.
- A Bruxelles, ce nombre s'élève à 65 tonnes.

Analyse des publicités collectées en 2006

# Évolution du poids des publicités sous film plastique



➤ Évolution 2005-2006 du poids des publicités adressées sous film plastique (en grammes)

- Le poids des publicités emballées dans un film plastique a augmenté entre 2005 et 2006 (+25%) Cette augmentation est due à la progression en Wallonie (+140%).
- Dans les deux autres régions, le poids des publicités sous film plastique a diminué par rapport à 2005 (-31% à Bruxelles, -9% en Flandre).
- En moyenne, chaque ménage reçoit un paquet de publicité par semaine, emballées dans un film plastique.

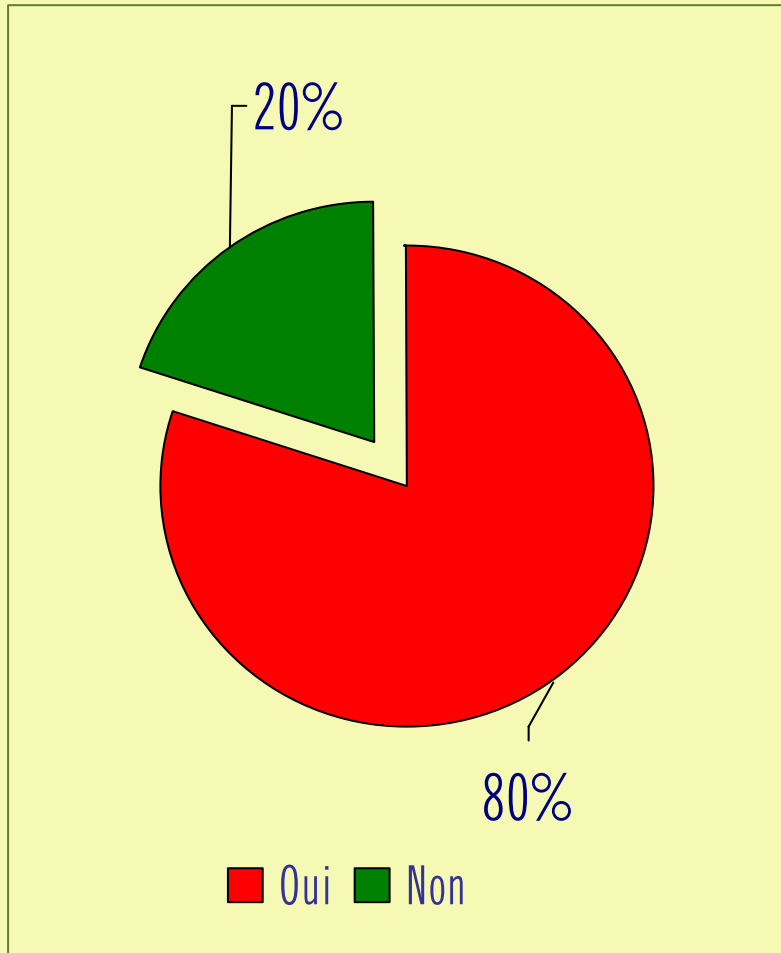
Analyse des publicités collectées en 2005 et 2006



## Conclusions concernant l'analyse des publicités collectées

- En 2006, chaque ménage reçoit en moyenne 15 documents publicitaires par semaine, soit 747 gr. C'est moins qu'en 2005. Toutefois, en Wallonie, tant en 2005 qu'en 2006, le poids des publicités a dépassé la moyenne nationale.
- Les autocollants interdisant la publicité ont une efficacité certaine (-50% de publicités à BXL, et -54% en Flandre).
- Le poids de publicités adressées est plus important à Bruxelles et en Wallonie. Les publicités sous film plastique sont plus lourdes à Bruxelles et surtout en Wallonie (le poids est de 48% supérieur à la moyenne nationale).

# Publicités toutes boîtes : réception

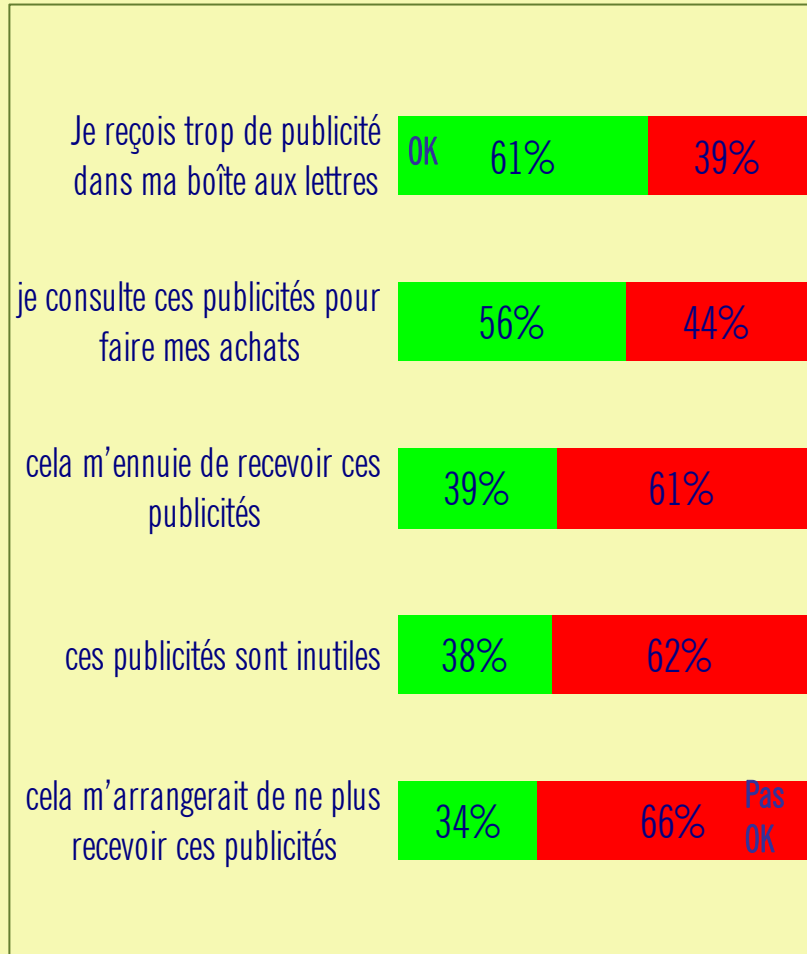


➤ Recevez-vous des publicités (imprimés publicitaires et réclames, presse d'information gratuite)?

- 8 consommateurs sur dix déclarent recevoir des publicités « toutes boîtes ».

Base : Répondants. Enquête quantitative

# Perception de la publicité toutes boîtes



➤ De manière générale, diriez-vous ...

- 6 consommateurs sur dix déclarent recevoir trop de publicité mais ils sont presque aussi nombreux à déclarer les consulter pour faire leurs achats.
- Plus d'un consommateur sur trois trouve ces publicités inutiles et serait satisfait de ne plus les recevoir.

Base : répondants. Enquête quantitative

# Différences par profil

- **Les jeunes adultes**

Ils consultent plus facilement les publicités (73%) et reconnaissent le caractère utile des publicités. Ils n'ont pas le sentiment d'en recevoir trop et ne désirent pas ne plus les recevoir.

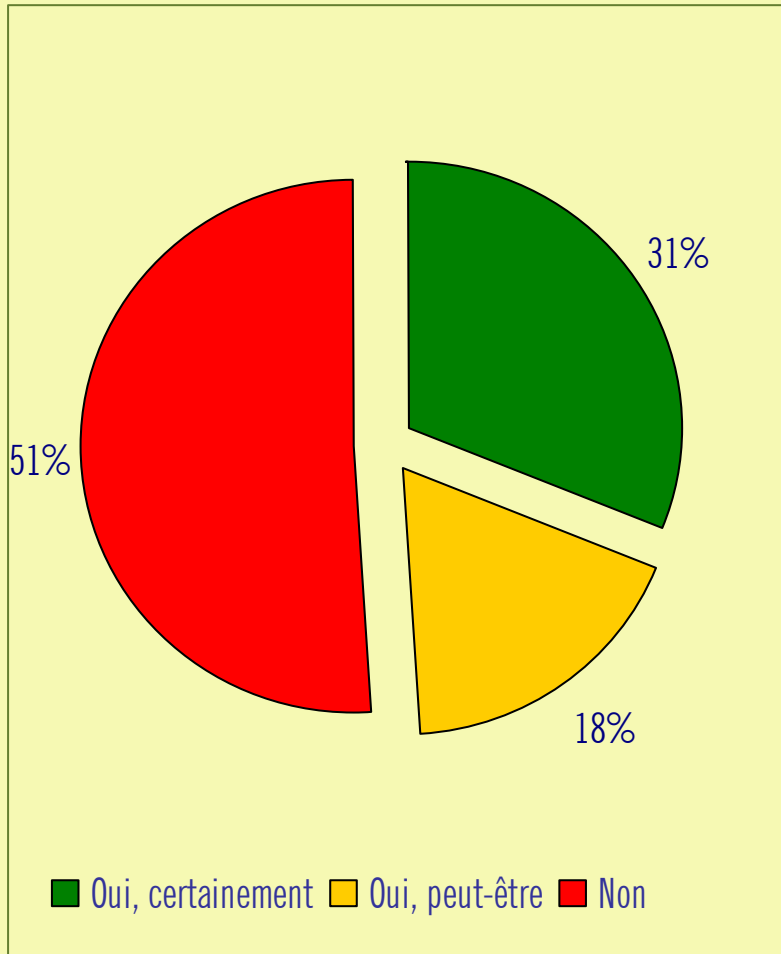
- **Les adultes**

En avançant en âge, les consommateurs consultent moins facilement les publicités reçues (à peine 44% chez les 50-64 ans), les trouvent inutiles et souhaitent plus souvent ne plus les recevoir.

- **Les habitants des petites localités wallonnes**

Ils regrettent le nombre de publicités reçues et sont plus nombreux à souhaiter ne plus les recevoir (51%).

# Publicité toutes boîtes : limitation totale

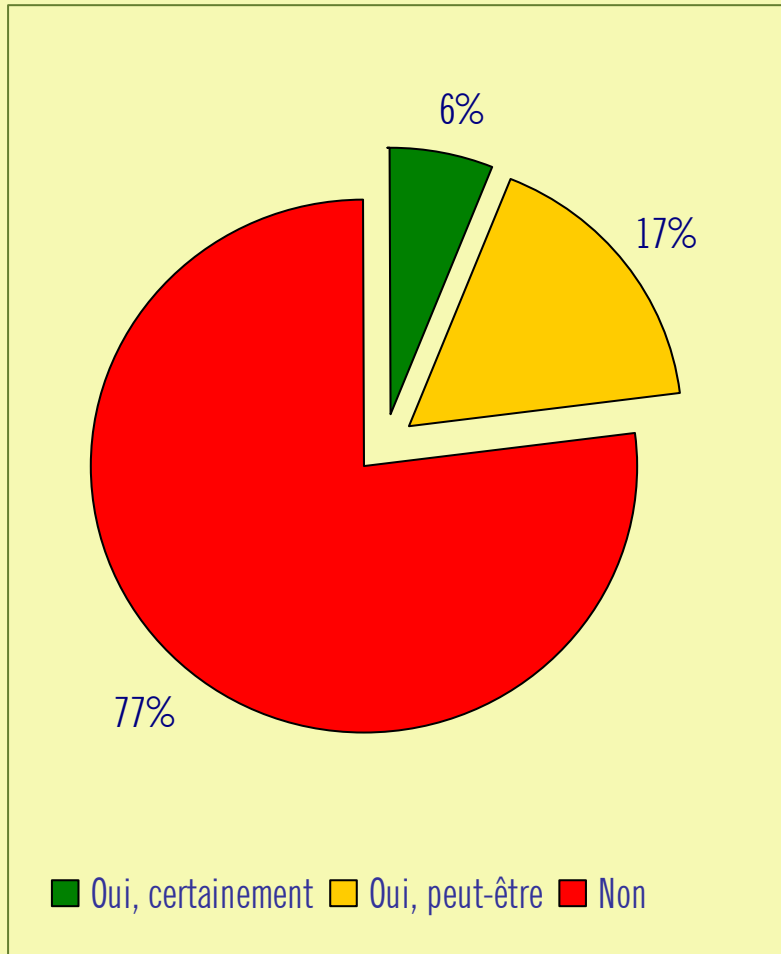


➤ Imaginons que vous puissiez placer un autocollant sur votre boîte aux lettres pour ne plus recevoir de publicité (ni imprimé publicitaire, ni presse d'information gratuite), le feriez-vous ?

- 3 consommateurs sur 10 déclarent être prêts à placer un autocollant sur leur boîte aux lettres pour ne plus recevoir de publicité (imprimé publicitaire et presse d'information gratuite).
- 2 sur 10 hésitent.
- 5 sur 10 ne pensent pas le faire. Cependant c'est ce type de limitation (totale) qui recueille le plus d'intérêt.

Base : Répondants. Enquête quantitative

# Publicité toutes boîtes : limitation imprimés publicitaires

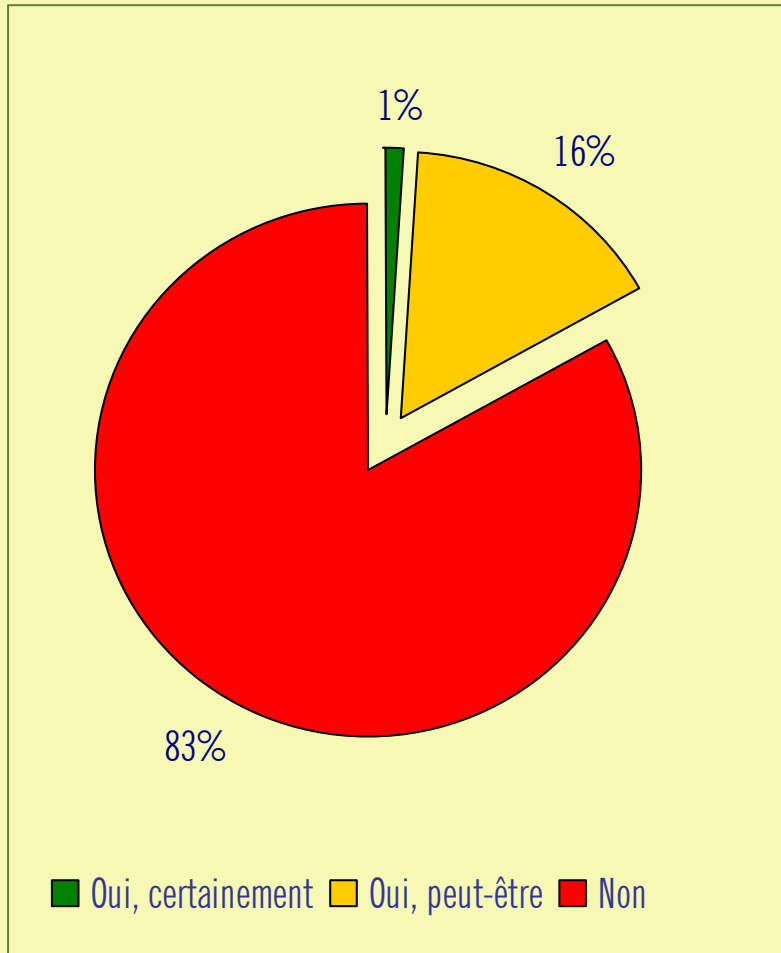


➤ Imaginons que cet autocollant sur votre boîte aux lettres vous permette de ne plus recevoir aucun imprimé publicitaire mais toujours recevoir la presse d'information gratuite, le feriez-vous ?

- 3 sur 4 ne pensent pas apposer l'autocollant. Ce type de limitation recueille peu d'intérêt.
- Moins d'1 consommateur sur 10 déclare être prêt à placer un autocollant sur sa boîte aux lettres pour ne plus recevoir aucun imprimé publicitaire mais continuer à recevoir la presse d'information gratuite.
- Moins d'1 sur 5 hésite.

Base : Répondants. Enquête quantitative

# Publicité toutes boîtes : limitation presse gratuite

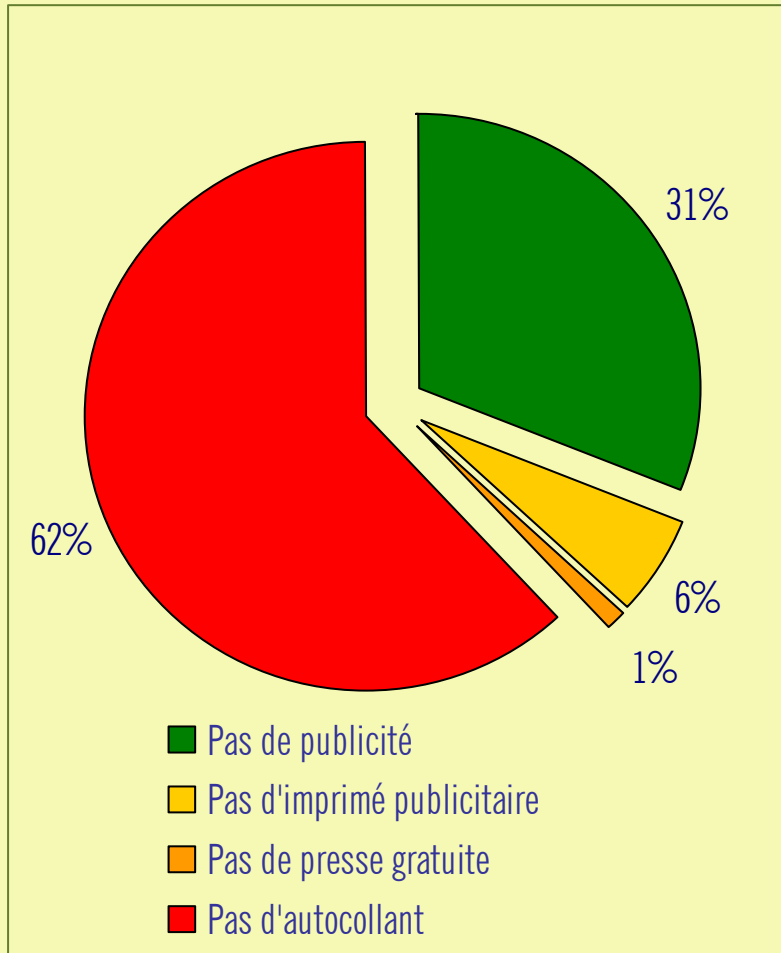


➤ Imaginons que cet autocollant sur votre boîte aux lettres vous permette de ne plus recevoir aucune presse gratuite mais toujours recevoir des imprimés publicitaires, le feriez-vous ?

- 8 sur 10 ne pensent pas apposer l'autocollant. Ce type de limitation recueille le moins d'intérêt.
- A peine 1 consommateur sur cent déclare être prêt à placer un autocollant sur sa boîte aux lettres pour ne plus recevoir la presse gratuite mais continuer à recevoir les imprimés publicitaires.
- 1 sur 6 hésite.

Base : Répondants. Enquête quantitative

# Publicité toutes boîtes : limitation



## ➤ Intention de placer l'autocollant

- Trois consommateurs sur dix sont prêts à placer un autocollant refusant la publicité
- Six sur cent, un autocollant refusant les imprimés publicitaires
- Un sur cent, un autocollant refusant la presse régionale gratuite.
- Six sur dix ne pensent pas le faire.

Base : Répondants. Enquête quantitative.



# Différences par profil

- **Limitation totale**

Cette mesure est appréciée principalement par les plus de 40 ans et principalement les 50-64 ans.

- **Limitation des imprimés publicitaires**

Ce sont les habitants des banlieues des villes wallonnes qui déclarent vouloir limiter la réception des imprimés publicitaires.

# Conclusions

- **Poids et supports publicitaires**

- En Belgique, les ménages reçoivent, par semaine, entre 543 gr et 929 gr de publicité toutes boîtes, soit un poids annuel variant entre 28 et 48 kg de publicité, soit en moyenne 39 kg par an. En termes de déchets, ce volume publicitaire peut être estimé à 3.316 tonnes.
- De plus, les ménages reçoivent, entre 78 gr et 235 gr de publicité adressées, soit un poids annuel entre Le poids de publicités adressées est plus important à Bruxelles et en Wallonie. Les publicités sous film plastique sont plus lourdes à Bruxelles et surtout en Wallonie (le poids est de 48% supérieur à la moyenne nationale).
- 4 et 12 kg de publicité, soit une moyenne de 9 kg/an. En termes de déchets, ce volume publicitaire peut être estimé à 768 tonnes.

# Conclusions

- **Poids et supports publicitaires**

- En Wallonie, ce volume publicitaire est non seulement supérieur aux autres régions mais est en augmentation que ce soit pour les publicités toutes boîtes, les publicités adressées ou les publicités sous film plastique. En 2006, chaque ménage reçoit en moyenne 15 documents publicitaires par semaine, soit 747 gr. C'est moins qu'en 2005. Toutefois, en Wallonie, tant en 2005 qu'en 2006, le poids des publicités a dépassé la moyenne nationale.
- Le poids de publicités adressées est plus important à Bruxelles et en Wallonie. Les publicités sous film plastique sont plus lourdes à Bruxelles et surtout en Wallonie (le poids est de 48% supérieur à la moyenne nationale).

# Conclusions

- **Efficacité de l'autocollant limitant la publicité toutes boîtes en Flandre et à Bruxelles**
  - L'autocollant, limitant la publicité permet de diminuer le poids total des publicités reçues de 50% à Bruxelles et 54% en Flandre.
- **Intérêt pour limiter la publicité toutes boîtes en Wallonie**
  - Manifestement, la démarche volontariste qui consiste à proposer de limiter la réception de publicités dans les boîtes aux lettres en y plaçant un autocollant séduit 3 consommateurs wallons sur dix.
  - C'est surtout la mesure d'interdiction totale (imprimés publicitaires et presse gratuite) qui recueille le plus de succès.
  - La mesure est plus populaire auprès des plus de 40 ans.

Editeur Responsable :  
Marc Vandercammen

CRIOC  
Fondation d'utilité publique  
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES  
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01  
[www.crioc.be](http://www.crioc.be)

Édition 2006  
Réf. Catalogue — 364-06

D 2006-2492-50  
©CRIOC

Prix : 29 €

Reproduction autorisée à des fins non commerciales moyennant mention des sources