



Flyers, brochures, catalogues : bientôt la fin du prospectus papier

La France est l'un des deux pays européens qui produisent le plus de prospectus papiers avec l'Allemagne. Si leur influence est encore majeure dans l'acte d'achat, ils sont amenés à disparaître pour des raisons écologiques, à la faveur du commerce en ligne.

Dans le cadre de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire adoptée en 2020, le dépôt de tracts publicitaires dans les boîtes aux lettres affichant un autocollant « **stop** » plus sévèrement sanctionné depuis le 1^{er} janvier 2021. La distribution de brochures "à visée commerciale" sur les véhicules et les « cadeaux non sollicités visant à faire de la promotion commerciale » (comme les stylos ou porte-clés par exemple), sont également prohibés. Les enseignes contrevenantes risquent une contravention de 5^e classe pouvant aller jusqu'à une amende maximale de 1 500 euros, voire 3 000 euros en cas de récidive.

Un tiers des Français les utilise
 Selon une étude du cabinet Insight Nielsen France réalisée en juin 2020, 50 % des Français interrogés ont déclaré consulter ces prospectus et 30 % feraient leurs courses en fonction des promotions qu'ils y trouvent. Ils feraient se déplacer 15 à 20 % de la clientèle dans les grandes surfaces. Il s'agit donc d'un moyen de communication encore stratégique pour ces dernières. C'est également un levier de négociation commerciale avec leurs fournisseurs, puisqu'un produit mis en avant sur un catalogue se vend quatre fois plus

que son concurrent, d'après Emmanuel Fournet, le directeur Insight de Nielsen France.

12 kg par an et par habitant
 En 2019, 20 milliards de prospectus ont été imprimés en France pour la grande distribution alimentaire, auxquels il faudrait ajouter les catalogues d'autres enseignes de décoration, bricolage, ameublement... Un même distributeur peut produire différents exemplaires à l'échelle régionale, voire locale, ce qui explique cette profusion de papier dans nos boîtes aux lettres. Selon les chiffres du ministère de la Transition écologique, les prospectus papiers représentaient 800 000 tonnes en France en 2015, soit en moyenne 12 kg par an et par habitant. Les trois enseignes ayant le plus distribué de prospectus en 2019 sont Carrefour (18 %), Leclerc (17 %) et Intermarché (11 %). Seul Monoprix a franchi le pas en supprimant totalement la distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres. D'après LSA, cela représente une économie de 2 400 tonnes de papier rien que pour ce distributeur. A noter toutefois que cette décision était plus facile à prendre pour Monoprix, dont le poids des promotions « **Des** moins

important que pour ses concurrents », indique Emmanuel Fournet. Par ailleurs, l'enseigne cible une clientèle de centre-ville ayant un pouvoir d'achat plus important.

A contrario, le groupe E. Leclerc avait annoncé en 2010 la fin des catalogues papiers d'ici 2020... Promesse non tenue pour l'enseigne, bien qu'elle indique avoir optimisé les formats de ses prospectus afin de diminuer la consommation de papier de 20 % entre 2019 et 2020. Le groupe indique utiliser « **du** papier recyclé ou du papier issu de forêts gérées durablement » et invite ses clients à rapporter leurs brochures en magasin pour qu'ils soient recyclés.

Vers un équilibre avec la publicité numérique

La crise sanitaire et les deux confinements ont contribué à changer les habitudes des consommateurs, qui ont été plus nombreux à privilégier le drive ou la livraison à domicile pour limiter les contacts. De plus en plus de clients utilisent également des applications pour scanner les produits en magasin. Une tendance qui n'échappe pas aux distributeurs. Les prospectus devraient donc naturellement se digitaliser davantage. Selon Laurent Landel,

président de Bonial, société spécialisée dans le marketing numérique ~~2021~~, plus de la moitié (58 %) des achats faits dans les magasins seront influencés par la publicité digitale, le canal mobile ou l'ordinateur ~~2021~~.
Chambre de Consommation d'Alsace et du Grand Est. www.cca.asso.fr



Illustration Phil Umbdenstock

