

Que contient notre boîte à lettres ?

Le sondage Ipsos réalisé pour l'Autorité du 6 au 19 octobre 2008 montre que l'âge, le fait d'être client à une enseigne de vente par correspondance et la taille du foyer déterminent largement la nature et le volume de courrier que nous recevons. Principaux résultats.

Sur une semaine normale (cf. encadré), un foyer reçoit en moyenne 23,6 documents dans sa boîte aux lettres. La majorité de ces envois (14,6) comportent le nom et l'adresse du destinataire ; les 9 autres sont de la publicité non adressée ou de la presse gratuite.

Parmi les courriers adressés, les correspondances constituent la première catégorie de courriers reçus avec un volume hebdomadaire moyen de 10,4 courriers dont 4,0 courriers de gestion / administratifs, 3,4 courriers publicitaires, 2,9 courriers privés.

Les foyers nombreux, grands destinataires de courriers administratifs

Ce sont les foyers de plus de trois personnes qui reçoivent le plus de courriers administratifs (5 courriers par semaine en moyenne comparé à une moyenne de 4). Factures, relevés de compte ou autres lettres ayant un caractère administratif (échanges avec les impôts, l'Urssaf, la Caf, etc.) abondent en effet dans les familles.

La dématérialisation des factures et des échanges avec l'administration ou encore l'accès aux comptes bancaires personnels par Internet ne semblent pas aller à l'encontre des échanges de courrier papier : les ménages qui accèdent à Internet reçoivent davantage de courrier administratif que la moyenne (4,4 par semaine en moyenne pour les foyers connectés). Cet apparent paradoxe provient du fait que les familles, composées d'un couple avec des enfants, disposant de deux revenus, et de l'accès à Internet, reçoivent le plus de courrier administratif. Les ménages moins nombreux et ceux aux revenus moins élevés en reçoivent nettement moins (2,9 par semaine en moyenne pour les ménages composés d'une seule personne).

Les accros à la VPC sont les cibles privilégiées des envois de publicités

Les foyers clients d'une ou plusieurs enseignes de vente par correspondance sont les plus gros destinataires de courriers publicitaires :

3,7 envois par semaine en moyenne comparé à 1,9 pour les non-clients de la VPC.

Promotions personnalisées et opérations de fidélisation des clients forment l'essentiel de ces courriers. Leur volume dans les boîtes aux lettres augmente avec l'âge des occupants du logement : pour 3,4 courriers en moyenne sur l'ensemble des foyers, les 60-69 ans reçoivent 3,9 courriers de publicité adressée par semaine « normale » et les plus de 70 ans en reçoivent 4,1.

Le volume de courrier privé augmente avec l'âge

La catégorie « courriers privés » regroupe ici les lettres et cartes postales, les courriers d'associations, de syndicats, de syndics, ou les documents commandés à titre personnel (billets de train, de concert, ...).

L'âge constitue le facteur le plus significatif : le volume de courriers privé reçu augmente avec l'âge de la personne de référence du ménage. Avec 4,5 courriers de correspondance privée par semaine, comparé à 2,9 sur l'ensemble des foyers, les foyers dont le chef de famille a plus de 70 ans sont ceux qui en reçoivent le plus.

L'abonnement de presse : ceux qui ont le temps de lire

Les foyers les plus abonnés à des quotidiens ou à des magazines sont, comme pour les courriers privés, des foyers plutôt âgés : les plus de 70 ans en reçoivent en moyenne 4,6 par semaine pour 2,5 en moyenne sur l'ensemble des foyers. Ils reçoivent avant tout des magazines (2,5 en moyenne par semaine). Les abonnements à des quotidiens représentent, en moyenne, 2,1 plis reçus par semaine par les ménages de 70 ans et plus.

Être client des enseignes de vente par correspondance porte à recevoir davantage de magazines : 1,6 en moyenne par semaine, pour 1,1 seulement pour les autres ménages. En revanche, accéder à Internet dans son logement va plutôt de pair avec une réduction du nombre d'abonnements à la presse, quotidienne ou magazines.

La méthodologie

L'enquête « consommation des services postaux par les ménages en France » a été effectuée par IPSOS, pour le compte de l'ARCEP, auprès d'un échantillon de 1 710 foyers représentatif de l'ensemble des foyers.

Les personnes en charge habituellement du relevé du courrier ont renseigné pendant deux semaines, du 6 au 19 octobre 2008, un questionnaire sous forme de grilles quotidiennes, permettant de relever le nombre, par catégorie, de documents reçus par le ménage.

Ces deux semaines ont été choisies parce qu'elles ne comportent pas d'événement particulier (rentrées des classes, jours fériés, etc.) qui auraient pu entraîner des variations dans les volumes de courriers. Ce choix de semaines « normales » peut expliquer notamment que les données issues de l'Observatoire des activités postales fournissent des estimations hebdomadaires moyennes sur l'année d'ordre différent, notamment sur la publicité non adressée.

L'autocollant « stop-pub » limite la distribution des prospectus

Prospectus et presse gratuite, qui suivent un circuit de distribution distinct de celui des envois adressés, représentent 38% du contenu de nos boîtes aux lettres selon l'enquête.

La présence d'un autocollant « stop-pub » détermine largement le volume de prospectus reçus. Un ménage qui a apposé un autocollant sur sa boîte aux lettres reçoit très significativement moins de prospectus qu'un autre ménage, à type d'habitat et de catégorie de ménage équivalents : 1,3 par semaine pour une boîte aux lettres avec autocollant, comparé à 7,6 pour l'ensemble des foyers.

L'habitat et la géographie influent aussi le volume d'objets reçus, mais beaucoup moins fortement. Les foyers qui comptent le plus de prospectus dans leur boîte aux lettres habitent en maison (9,2 documents reçus par semaine). Ils sont situés en zone rurale (8,6 documents) ou dans des villes de moins de 100 000 habitants (8,9 documents). Naturellement, l'accès facile à la boîte aux lettres a pour effet d'accroître le volume de prospectus ou journaux gratuits reçus : une boîte à lettres directement accessible en contient en moyenne 8,7 par semaine, pour 6,2 quand il existe un interphone, 5,1 un digicode, 4,6 quand le système Vigik est présent, et 4,6 si il y a un gardien. ■

Lettres