

Solutions

Pour libérer les boîtes à lettres de la pub

Antoine Grosjean

La boîte à lettres bourrée à craquer de publicités au retour des vacances, tout le monde connaît. Même l'autocollant «Pas de pub», à l'efficacité toute relative, n'offre pas vraiment de garantie contre ce matriquage. Mais une start-up genevoise, Ecolads, pense avoir trouvé la parade, avec un système qui entend ménager la chèvre et le chou. L'idée lancée par Jean-Marc Desplobains et ses trois associés est simplement de remplacer les publicités imprimées par leur version numérique envoyée par e-mail. Cela permet de limiter drastiquement le gaspillage de papier et de se prémunir contre les prospectus non désirés. Quant aux distributeurs de tous-ménages, Ecolads leur offre plus d'efficacité à moindre coût.

Choisir la publicité reçue

La start-up se charge d'envoyer - sous forme numérique, donc - les publicités de ses clients aux particuliers qui se sont inscrits chez elle. Ceux-ci n'en ont pas pour autant leur boîte e-mail surchargée, puisque tous les prospectus sont regroupés dans un seul courriel maximum par jour. «Le poids de ce message n'est que de quelques kilo-octets, précise Jean-Marc Desplobains, vu qu'il ne contient pas les documents numériques eux-mêmes, mais seulement un lien pour les télécharger.» Ainsi, libre à chacun de ne consulter que les publicités qui l'intéressent, voire aucune, avant de supprimer l'e-mail. On peut même bloquer une société dont on ne désire plus recevoir les annonces. Tout cela en un ou deux clics.

Grâce à une étiquette spéciale collée sur votre boîte à lettres, les annonceurs ayant fait appel à Ecolads savent qu'il ne faut pas y mettre de publicité sur papier, puisque vous l'avez déjà reçue par e-mail. Les collectivités et régies publiques pourraient aussi utiliser ce système pour leurs tous-ménages. De même qu'un sim-



Jean-Marc Desplobains et ses associés veulent en finir avec les tous-ménages imprimés. STEEVE IUNCKER-GOMEZ

Le problème

Selon Jean-Marc Desplobains, cofondateur d'Ecolads, les publicités diffusées chaque année en tous-ménages dans le canton de Genève équivalent au poids de la tour Eiffel. «Ces prospectus ont une durée de vie moyenne d'une minute avant de finir à la poubelle. Et leur recyclage est financé par le contribuable.» **AN.G.**

ple quidam voulant, par exemple, inviter ses voisins à une fête de quartier, leur proposer du baby-sitting ou signaler un chat perdu: il lui suffit de scanner le QR code sur l'étiquette pour vous envoyer un document numérique, sans avoir connaissance de votre adresse e-mail.

Service gratuit et anonyme

Pour les destinataires, ce service est non seulement gratuit, mais aussi anonyme. Leurs données (e-mail, etc.) sont cryptées et les annonceurs n'y ont pas accès.

Quant à ces derniers, ils ne paient que pour les prospectus qui ont été lus. «Cela leur coûte beaucoup moins cher que de faire imprimer, transporter et distribuer des dépliants sur papier qui, souvent, vont directement à la poubelle, souligne Jean-Marc Desplobains. Ainsi, même les petites enseignes qui n'ont pas les moyens de diffuser des tous-ménages peuvent faire de la réclame. En plus, les annonceurs peuvent connaître statistiquement le nombre de leurs publicités qui sont lues ou bloquées.»

En faisant économiser le papier, Ecolads diminue aussi les émissions de CO₂: «L'empreinte carbone est divisée par cinq par rapport à la publicité imprimée, se félicite Jean-Marc Desplobains. Et nous compensons intégralement nos propres émissions.» Lancé le 1^{er} mars, ce service a déjà convaincu une dizaine d'annonceurs (la liste est sur le site internet) et une centaine de particuliers.

Inscription: gratuitement sur le site www.ecolads.com

Le dessin par Herrmann



Encre Bleue Genève, ville ouverte...

Devinette, vous disais-je, il y a quelques jours. À quoi voyons-nous que le Salon de l'auto, c'est pour tout bientôt?

J'en arrivais à la conclusion que le signe le plus visible, à n'en pas douter, était la forte présence au centre-ville de grosses et belles bagnoles rutilantes que l'on ne voit plus du tout après. Et pas forcément parce que ces berlines ont des plaques étrangères.

Eh bien, paraît que j'ai tout faux, me signale Dorothée. Car «le signe absolu, irréfutable, reconnaissable entre tous, c'est la multiplication d'ouvertures de chantiers routiers en ville...»

«Genève, ville ouverte pour le Salon de l'auto...»

C'est une option qui se défend. En même temps, les éviscérations, éviscérations, points de suture et réouvertures des chaussées font partie depuis longtemps de notre paysage quotidien. Ces opérations à rallonge sur le bitume sont-elles plus nombreuses pendant la grand-messe automobile? À voir.

Reste que le signe le plus léger montrant qu'un événement d'importance se passe au bout du lac, c'est bien le pavoiement du pont du Mont-Blanc avec les drapeaux des cantons suisses.

C'est la seule fois de l'année, avec la fête nationale, que s'affiche ici avec tant de grâce notre histoire commune. Les drapeaux de tous les Confédérés flottant à l'unisson dans la même direction, c'est tout un symbole.

Les conducteurs romands et suisses alémaniques qui empruntent ces jours le pont du Mont-Blanc pavoiement apprécié sans doute cet accueil officiel.

Quant aux visiteurs du Salon de l'auto descendant par hasard à la gare Cornavin, ils verront une rataflée de bannières, 24 en tout, du plus bel effet.

Elles ne sont pas aux couleurs des cantons suisses, mais du FIFDH, le Festival du film et forum international sur les droits humains. Faut dire que les deux manifestations ont lieu en même temps dans cette ville ouverte...

Julie

Retrouvez les chroniques de Julie sur www.encrebleue.tdg.ch ou écrivez à Julie@tdg.ch