**La Saint-Valentin, un jour noir pour nos boîtes mails et pour la planète...**

A peine remis des cadeaux de Noël et des soldes, les français doivent faire face à **une nouvelle avalanche de mails promotionnels** lors de la Saint-Valentin. Cleanfox s’est donc intéressé à l’impact que ces derniers avaient sur leurs **boîtes mails** et sur l’**environnement**. Deux mots ont été ciblés : **cadeau et amour**.

**Février, la saison de l’amour…**

* Lors de la Saint-Valentin, les français reçoivent **deux fois plus de mails contenant le mot “amour”** par rapport à janvier

**Pour les hommes, mais surtout pour les femmes !**

* Les **femmes** reçoivent **8 fois plus** de mails contenant le mot “amour” le jour de la Saint-Valentin
* Les **hommes** reçoivent **7 fois plus** de mailscontenant le mot “amour” le jour de la Saint-Valentin

**Les flèches (promotionnelles) de Cupidon touchent en priorité les millennials**

Le jour de la Saint-Valentin…

* Les **baby-boomers** (1946-1964) reçoivent **4 fois plus** de mails contenant le mot “amour” en plus
* La **génération X** (1966-1976) reçoit **5 fois plus** de mails contenant le mot “amour”
* Les **millennials** (ou Génération Y : 1981-1996) reçoivent **9 fois plus** de mails contenant le mot “amour”
* La **génération Z** (après 1997) reçoit **7 fois plus** de mails contenant le mot “amour”

**Un amour partagé**

* **1 femme sur 10** reçoit un mail contenant le mot “amour” le jour de la Saint-Valentin. Et on obtient **le même résultat chez les hommes** !  “L'amour n'est plus l'amour s'il n'est pas partagé.” disait Mère Teresa. Une pensée qui a inspiré les campagnes d’e-mailing apparemment...

**Doit-on faire des cadeaux pour prouver son amour ?**

La réponse juste en bas !

* Lors de la Saint-Valentin, les hommes reçoivent **deux fois plus de mails contenant le mot “cadeau”** que les femmes

**En février, les hommes sont bel et bien sous pression mais les femmes aussi...**

* Les **femmes** reçoivent **deux fois plus** de mails contenant le mot “cadeau” en plus le jour de la Saint-Valentin par rapport à janvier
* Les **hommes** reçoivent **trois fois plus** de mails contenant le mot “cadeau” en plus le jour de la Saint-Valentin par rapport à janvier

**Peu importe l’âge !**

* Que ce soit les **baby-boomers,** la **génération X**, les **millennials** ou la **génération Z,** chacune des générations reçoit **deux fois plus de mails** contenant le mot **“cadeau”.** Il est donc impossible d’oublier d’offrir un cadeau, n’est-ce pas ?

**Amour et cadeau, indissociable le jour de la Saint-Valentin**

Lors de la Saint-Valentin, amour rime avec cadeau. Et nos boîtes mails ne manquent pas de nous le rappeler. Ainsi, **1 femme sur 10** et **1 homme sur 10** reçoit un mail contenant le mot “cadeau” dans son objet. Mais désolé, cette fois nous n’avons pas de citation adéquate...

**Quand Saint-Valentin et cadeaux se prennent dans les bras, la planète voit la vie en noir**

* **5 193 142 mails** envoyés en plus lors de la Saint-Valentin
* **52 tonnes de CO2** émis en plus à cause de cette augmentation
* L’équivalent de la pollution émise par **52 allers-retours Paris-New-York en avion ou 24 allers-retours Paris-Pékin en voiture ! \***

*\*Note : bilan carbone par passager*

*Source : Agence Européenne pour l'Environnement, 2016*

**Les mails de la Saint-Valentin, une histoire qui finit mal en général ?**

Non ! Pour lutter contre cette pollution numérique, pensez à **vous désabonner des newsletters intempestives** avec [Cleanfox](https://cleanfox.io/).

*Source : Étude 2019 de Cleanfox basée sur un panel de 32 000 utilisateurs français dont les données ont été anonymisées. Uniquement les objets des mails promotionnels ont été analysés, et non leurs contenus. Nous avons analysé l’augmentation du nombre d’emails reçus avec “cadeau” ou “amour” dans l’objet du mail.*