

Étude Notify / Digital Clean Up Day:

Plus d'un Français sur trois déclare avoir plus de 500 mails non lus

Alors que 1,4 milliard d'e-mails sont envoyés chaque jour en France, la boîte mail reste l'un des principaux canaux de communication entre les marques et les consommateurs. Pourtant, une grande partie de ces messages ne sera jamais consultée : 80 % des communications envoyées par les marques n'atteignent jamais réellement leurs destinataires, faute d'être lues au bon moment. Au-delà de la saturation numérique, cette sursollicitation a également un impact environnemental. Selon l'organisation Carbon Literacy Project, un e-mail standard génère environ 4 g de CO₂, et jusqu'à 50 g de CO₂ lorsqu'il comporte une pièce jointe volumineuse. À l'occasion du Digital Clean Up Day, journée mondiale de sensibilisation à l'empreinte environnementale du numérique organisée le 21 mars 2026, [Notify](#), expert français de la relation client, a souhaité mener une étude¹ sur les habitudes des Français : prennent-ils réellement le temps de faire le tri dans leur boîte mail ? Résultat : entre accumulation massive, tri irrégulier et stress numérique, la boîte mail est devenue un véritable baromètre de la pression digitale du quotidien.

Plus d'un Français sur trois accumule plus de 500 e-mails non lus

Premier enseignement de l'étude : pour une part importante des Français, la boîte mail est déjà largement saturée.

À la question « Combien d'e-mails non lus avez-vous actuellement dans votre boîte mail principale ? », les réponses montrent des situations très contrastées :

- 21,2 % déclarent n'avoir **aucun mail non lu**
- 13,5 % indiquent avoir **moins de 10 mails non lus**
- 13,5 % comptent **entre 11 et 50 mails**
- 5,8 % en ont **entre 51 et 200**
- 9,6 % déclarent avoir **entre 201 et 500 mails non lus**
- 36,5 % affirment avoir **plus de 500 mails non lus**

¹ Méthodologie: Étude réalisée en interne par Notify. 1.029 personnes âgés de 18 ans et plus ont répondu à l'enquête, selon la méthode des quotas (sexe, âge, région), via un questionnaire auto-administré en ligne.

Autrement dit, plus d'un Français sur trois reconnaît avoir plus de 500 e-mails en attente dans sa boîte principale.

1 Français sur 3 laisse les mails promotionnels s'accumuler

Face aux campagnes promotionnelles qui ne les intéressent pas, les Français adoptent des stratégies très différentes. Lorsqu'on leur demande ce qu'ils font le plus souvent des mails qui ne les intéressent pas, 38,5 % déclarent les supprimer immédiatement, 34,6 % reconnaissent les laisser s'accumuler, 19,2 % prennent le temps de se désabonner et 7,7 % les ouvrent avant de les supprimer.

Ces résultats montrent que plus d'un tiers des internautes laissent volontairement les mails promotionnels s'accumuler, contribuant à l'encombrement progressif des boîtes.

Un Français sur deux ne fait presque jamais le ménage dans sa boîte mail

Faire un véritable tri dans sa boîte mail reste une pratique relativement rare. À la question « À quelle fréquence faites-vous un grand ménage ? » :

- 21,2 % déclarent le faire au moins une fois par mois
- 36,5 % s'y consacrent une à deux fois par an
- 26,9 % le font très rarement
- 15,4 % ne le font jamais

Au total, plus d'un Français sur deux ne nettoie sa boîte mail que très rarement, voire jamais.

« On parle souvent de pollution numérique liée au streaming ou aux data centers, mais l'envoi massif de campagnes promotionnelles représente aussi un impact environnemental majeur. Chaque message envoyé inutilement a un coût carbone. L'enjeu pour les marques est désormais de passer d'une logique de volume à une logique de pertinence : envoyer moins de messages, mais au bon moment et à la bonne personne. »

Ous Ouzzani, Directeur général de Notify

Des dizaines d'heures par an passées à gérer des e-mails inutiles

Même sans "grand ménage", les Français passent chaque jour un peu de temps à trier, lire et supprimer les messages qu'ils considèrent comme non essentiels : promotions, newsletters ou notifications. 38,5 % avouent y passer moins de 2 minutes par jour, 23,1

% entre 2 et 5 minutes, 15,4 % entre 5 et 10 minutes, 11,5 % plus de 10 minutes et 11,5 % déclarent ne pas savoir.

Pour une partie des internautes, cela représente **plusieurs dizaines d'heures par an consacrées uniquement à la gestion de mails peu utiles.**

Une boîte mail saturée peut devenir source de stress

L'accumulation de mails n'est pas seulement un problème d'organisation : elle peut aussi peser sur le moral. En effet, quand on leur pose la question « **Le fait d'avoir beaucoup d'e-mails non lus dans votre boîte vous stresse-t-il ?** » :

- 19,2 % répondent oui, beaucoup
- 30,8 % oui, un peu
- 34,6 % non, pas vraiment
- 15,4 % pas du tout

Au total, **près de deux Français sur trois** reconnaissent ressentir une **forme de stress liée à l'accumulation de messages sur leur boîte.**

« Les résultats de cette étude montrent bien le paradoxe actuel : les consommateurs reçoivent toujours plus de messages, mais une grande partie d'entre eux ne sont ni lus ni attendus. Pour les marques, l'enjeu n'est plus d'augmenter la pression marketing mais d'orchestrer intelligemment les interactions afin de préserver l'attention des clients et améliorer la qualité de la relation. »

Ous Ouzzani, Directeur général de Notify

A propos de Notify

Fondée en 2016 par Franck Lhuerre et David Martins Gonçalves, rejoints en 2022 par Ous Ouzzani, Notify est une scale-up française spécialisée dans l'AI Decisioning appliqué au CRM. La société développe une plateforme SaaS capable de prédire, d'arbitrer et de déclencher en temps réel la meilleure action marketing pour chaque individu, en conciliant performance business, maîtrise de la pression marketing et responsabilité environnementale. Indépendante et autofinancée, Notify accompagne aujourd'hui plus de 100 marques issues du retail, du travel, de la beauty, des médias, des services et du secteur bancaire. L'entreprise réunit 44 collaborateurs et poursuit une forte dynamique d'innovation, notamment autour du développement de modèles d'IA propriétaires destinés à faire évoluer le CRM vers une logique décisionnelle et cognitive. Plus d'informations : www.notify-group.com

Contacts presse :

Impulse Communication Paris

Marie Legrand – marie@impulse-communication.fr – 06 09 88 62 27

Julie Dalsace – julie@impulse-communication.fr – 06 78 70 96 05