



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

prospectus

Question écrite n° 62634

Texte de la question

M. Dominique Paillé attire l'attention de M. le ministre délégué à l'industrie sur le développement de la campagne anti-pub dans les boîtes aux lettres. Outre qu'elle peut entraîner des difficultés pour La Poste par la diminution d'une part de ses recettes, elle est source de problèmes pour les élus s'agissant de la distribution de l'information communale ou intercommunale puisque pour La Poste, tout document sans adresse est considéré comme publicité sans adresse et n'est donc pas distribué dans les boîtes aux lettres « stop pub ». Par ailleurs, quand elle est distribuée, nombre de nos concitoyens ne distinguent pas l'information municipale de la masse publicitaire. D'aucuns parmi les élus pensent, à juste titre, qu'il paraît indispensable et urgent de définir le statut des bulletins communaux et intercommunaux vis-à-vis de toutes les autres sortes de messages politiques ou commerciaux et d'obtenir de La Poste, pour ces bulletins, une distribution économique et respectueuse de l'objectif du document : informer à égalité tous les citoyens. Il lui demande de lui préciser si une réflexion introduisant une évolution en ce sens est envisageable.

Texte de la réponse

Dans le cadre de la politique de développement durable, La Poste s'est engagée à respecter les dispositifs qui concernent les restrictions relatives à la distribution de la publicité non adressée (PNA). Mais l'apposition des autocollants officiels et dérivés « stop pub » sur les boîtes aux lettres individuelles fait que tous les documents, sans adresse ne sont plus distribués dans les boîtes aux lettres concernées. D'une part, la frontière entre l'information et la publicité est souvent ténue et ces deux types de contenu sont souvent mêlés sur un même support, rendant difficile, voire impossible, toute distinction en fonction de ce critère. Or, il n'appartient pas à La Poste de décider de ce qui relève d'une catégorie ou d'une autre. D'autre part, l'offre de publicité non adressée est fondée sur un regroupement, avant départ en distribution, de tous les messages en lots homogènes. Cela explique le faible coût de la PNA, média le moins cher pour toucher l'ensemble de la population. La Poste a bien conscience que cette situation ne répond pas à l'ensemble des attentes exprimées par les élus. Pour cette raison, elle envisage la mise en place d'une nouvelle gamme « courrier non adressé » à destination des collectivités locales, qui comprendra un service permettant d'inclure la distribution des journaux des collectivités dans les boîtes aux lettres munies d'un autocollant « Stop Pub ». Bien entendu, ce service qui demande un traitement logistique spécifique aura un tarif propre. Cette nouvelle offre sera testée, avant de la généraliser, pour la fin de l'année 2005.

Données clés

Auteur : [M. Dominique Paillé](#)

Circonscription : Deux-Sèvres (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 62634

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : industrie

Ministère attributaire : industrie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 avril 2005, page 3640

Réponse publiée le : 7 juin 2005, page 5927