



N° 4352

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUINZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 13 juillet 2021.

PROPOSITION DE LOI

*visant à confier à La Poste le monopole de la distribution
de la propagande électorale,*

(Renvoyée à la commission des lois constitutionnelles, de la législation et de l'administration générale de la République, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par Mesdames et Messieurs

André CHASSAIGNE, Moetai BROTHERRSON, Alain BRUNEEL, Marie-George BUFFET, Pierre DHARRÉVILLE, Jean-Paul DUFRÈGNE, Elsa FAUCILLON, Sébastien JUMEL, Manuëla KÉCLARD-MONDÉSIR, Karine LEBON, Jean-Paul LECOQ, Jean-Philippe NILOR, Stéphane PEU, Fabien ROUSSEL, Gabriel SERVILLE, Hubert WULFRANC,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

La propagande électorale est un élément fondamental de la vie démocratique. Elle garantit l'égalité de traitement des candidats et assure l'égalité d'information des citoyens. Lorsqu'elle est défaillante, c'est le respect du pluralisme qui est menacé.

La réception de la propagande électorale sous format papier donne la possibilité à chaque candidat aux élections de s'adresser individuellement et directement à chaque électeur, dans tous les foyers et sur l'ensemble du territoire national.

Ce mode de diffusion papier a un impact bien supérieur que la mise à disposition des informations sur les supports dématérialisés ou dans les mairies, laquelle nécessite une démarche du citoyen. Il fait ainsi partie des outils de sensibilisation des citoyens et de lutte contre l'abstention.

Au cours des élections départementales et régionales de juin 2021, qui ont enregistré un taux record d'abstention, la distribution des professions de foi et des bulletins de vote a souffert de graves dysfonctionnements. Le taux de non-distribution a de très loin dépassé, en effet, le taux de déperdition habituellement constaté, jusqu'à atteindre 100 % dans certaines communes.

Les défaillances constatées dans l'acheminement de la propagande électorale font suite à l'attribution à une société privée, l'entreprise Adrexo, du « marché » de la distribution postale du matériel électoral.

L'entreprise, filiale du groupe Hopps, avait en effet remporté en janvier dernier l'appel d'offres du ministère de l'intérieur lui confiant pour quatre ans sept lots géographiques pour la distribution des plis électoraux, à savoir les régions Hauts-de-France, Grand-Est, Normandie, Centre-Val de Loire, Bourgogne-Franche-Comté, Pays de la Loire et Auvergne-Rhône-Alpes.

Dès janvier, la fédération nationale des activités postales et de télécommunications CGT-FAPT s'était interrogée sur la capacité de l'entreprise à remplir sa mission en termes de capacité industrielle et de savoir-faire de l'entreprise.

Cette même fédération pointe aujourd'hui, plus fondamentalement, la responsabilité du gouvernement dans « le choix assumé de la mise en concurrence et du moins disant social, contre celui du service public. »

Pour les députés du groupe de la Gauche démocrate et républicaine, les manquements constatés à l'occasion des dernières élections s'inscrivent malheureusement dans le prolongement des attaques contre le service public postal depuis l'ouverture à la concurrence du secteur, lesquelles se sont notamment traduites par la fermeture de bureaux de poste, la réduction des effectifs et du nombre de tournées de distribution.

Ils soulignent l'inaptitude du modèle concurrentiel promu depuis des décennies à servir l'intérêt général et à répondre aux besoins des usagers.

Alors que l'entreprise de destruction de nos services publics dégrade toujours plus la vie quotidienne de nos concitoyens, jusque dans l'exercice de leurs droits politiques, il nous faut porter plus que jamais l'exigence de rebâtir pierre après pierre les piliers de notre État social.

À l'heure où de nombreuses voix s'élèvent pour demander à ce que l'État, ou plus précisément une régie disposant d'une mission de service public, assure cette mission, comme c'était le cas de La Poste avant la mise en concurrence, notre proposition de loi prévoit dans son article unique d'intégrer au service universel postal, dont La Poste est l'unique prestataire, la mission d'acheminement et de distribution de la propagande électorale.

Nous concevons ce texte, dans les circonstances présentes, comme un premier pas vers la remise en cause du cadre réglementaire du secteur postal fixé notamment par les directives européennes et la loi du 25 juin 1999 d'orientation pour l'aménagement et le développement durable du territoire.

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

Le cinquième alinéa de l'article L. 1 du code des postes et des communications électroniques est complété par une phrase ainsi rédigée :
« Il comprend également l'acheminement et la distribution à chaque électeur des bulletins de vote et circulaires des candidats, binômes de candidats ou listes de candidats aux élections organisées en application du code électoral. ».

Article 2

La charge pour l'État est compensée, à due concurrence, par la création d'une taxe additionnelle aux droits mentionnés aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.