



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Courrier

Question écrite n° 48418

Texte de la question

Mme Martine Aurillac souhaiterait appeler l'attention de M. le ministre delegue a la poste, aux telecommunications et a l'espace sur l'encombrement et le gaspillage engendres par la distribution massive de publicites et de journaux dans les boites aux lettres des particuliers. Cette distribution massive estimee aujourd'hui a 39 kilos par an et par foyer pose un probleme ecologique et financier particulierement delicat pour les particuliers qui ne souhaitent pas recevoir ce type de publications. Certes, il est possible d'echapper a certaines publicites par voie postale par le retrait de certaines listes de diffusion. Neanmoins, ces dispositif restent insuffisants et les employes des postes sont surcharges. Aussi souhaiterait-elle lui demander quelles sont les mesures qu'il envisage de mettre en place pour remedier a cette situation.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire demande a M. le ministre delegue a La Poste, aux Telecommunications et a l'Espace, si les pouvoirs publics envisagent la mise en place d'un dispositif repondant aux souhaits de certains particuliers de ne plus recevoir de publicites non adressees dans leurs boites aux lettres. Le marche de l'imprime sans adresse est un marche entierement concurrentiel et en plein developpement. En effet, la publicite constitue pour les entreprises un moyen efficace et economique pour soutenir et developper leurs activites. La Poste est confrontee sur ce marche a la concurrence de 450 distributeurs prives. Elle n'est donc que partiellement responsable de l'encombrement des boites aux lettres. En outre, elle ne peut s'imposer unilateralement des mesures de contingentement qui auraient pour consequence evidente de laisser une place plus grande a ses nombreux concurrents alors qu'elle assure, notamment a travers la distribution du courrier, une importante mission de service public sur l'ensemble du territoire. Selon un sondage de la SOFRES portant sur la reaction des Francais face a la publicite non adressee, il apparait que 88 % d'entre eux lisent cette publicite et 56 % la jugent utile pour leur information. S'agissant de la prise en compte du souhait de certains consommateurs de ne pas recevoir ce type de publicite, les reflexions menees par les professionnels ont revele la complexite de sa mise en oeuvre. La boite aux lettres etant la propriete du destinataire, rien ne s'oppose cependant a ce que le consommateur y appose une mention de refus.

Données clés

Auteur : [Mme Aurillac Martine](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48418

Rubrique : Poste

Ministère interrogé : télécommunications et espace

Ministère attributaire : télécommunications et espace

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 17 février 1997, page 772

Réponse publiée le : 31 mars 1997, page 1688