



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

réglementation

Question écrite n° 50299

Texte de la question

Mme Marie-Françoise Pérol-Dumont souhaite attirer l'attention de M. le ministre d'État, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur les conditions de diffusion des magazines des collectivités territoriales et des comptes rendus de mandat des élus auprès des citoyens. En effet, de nombreuses collectivités territoriales rédigent à l'attention de leurs administrés des magazines. Ils sont un outil précieux de participation à la vie démocratique par l'information qu'ils apportent sur les réalisations effectuées par les communes, les départements et les régions. Ils ont également un rôle essentiel en matière de citoyenneté, de transparence de la vie publique et de pluralité d'expression (en raison des tribunes qui y sont offertes aux groupes politiques). Cependant, en l'état actuel de la réglementation et des conditions de leur diffusion, ces magazines sont assimilés à de la publicité non adressée et diffusés à ce titre avec la publicité commerciale. Le problème se pose en des termes identiques pour les comptes rendus de mandat que les élus adressent, hors contexte électoral, aux électeurs de leur circonscription. La Poste assure en effet ne pouvoir, en raison de contraintes réglementaires, les diffuser séparément. De ce fait, certains citoyens se plaignent de ne pas être destinataires de ces documents pourtant réalisés sur fonds publics. Cette situation peut être le fait d'une mauvaise distribution mais également d'un refus de recevoir de la publicité commerciale. Elle souhaiterait donc connaître quelles dispositions le Gouvernement entend prendre afin de permettre aux collectivités et aux élus d'assurer à leurs documents d'information une diffusion plus en rapport avec l'objectif démocratique auquel ils concourent. Elle souhaiterait notamment savoir si des modifications réglementaires sont envisageables pour permettre une diffusion séparée de la publicité commerciale.

Texte de la réponse

La Poste s'est engagée à respecter le choix du consommateur qui a exprimé, de façon claire, sa volonté de ne pas recevoir de publicité non adressée (PNA). L'apposition d'autocollants officiels et dérivés, de type « stop pub », sur les boîtes aux lettres individuelles fait qu'aucun document sans adresse n'y est plus distribué. D'une part, la frontière entre l'information et la publicité est souvent ténue et ces deux types de contenu sont souvent regroupés sur un même support, rendant difficile voire impossible toute distinction (certains bulletins municipaux comportent aussi de la publicité). Il n'appartient pas à La Poste de décider de ce qui relève d'une catégorie ou d'une autre. D'autre part, l'organisation industrielle de la distribution de la PNA ne permet pas de faire cette distinction. L'économie de ce métier est fondée sur un regroupement, avant le départ en distribution, de tous les imprimés en lots homogènes pour toutes les boîtes aux lettres d'une même tournée. Ce fonctionnement est totalement incompatible avec un traitement particulier de certains imprimés distribués. La mise en place de tournées dédiées pour la distribution de l'information municipale générerait des coûts trop importants, voisins de ceux du courrier adressé, et n'apparaît pas envisageable.

Données clés

Auteur : [Mme Marie-Françoise Pérol-Dumont](#)

Circonscription : Haute-Vienne (3^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 50299

Rubrique : Collectivités territoriales

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 9 novembre 2004, page 8782

Réponse publiée le : 25 janvier 2005, page 799