



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

La Poste

Question écrite n° 55732

Texte de la question

M. Jean-Paul Dupré expose à M. le ministre délégué à l'industrie que les collectivités locales (communes, départements, régions) ont souvent recours aux services de La Poste pour la distribution de leurs bulletins d'information destinés aux populations de leur ressort. Il arrive cependant que La Poste refuse d'effectuer la distribution de ces publications en dehors des zones urbaines, pour des questions de rentabilité. La Poste assimile en effet les dites publications à de la publicité non adressée et considère donc qu'elles n'entrent pas dans le champ du service postal universel. Il lui demande quel est son sentiment quant à cette façon de procéder de La Poste et s'il ne pense pas qu'il conviendrait d'inclure la distribution de ce type de publications dans le champ du service postal universel.

Texte de la réponse

Depuis le 1er janvier 2005, La Poste a transféré l'ensemble de son activité de distribution de plis non adressés (PNA) à sa filiale Mediapost. Elle n'intervient plus qu'en tant que sous-traitant de sa filiale ou d'autres opérateurs qui en font la demande, principalement en zone rurale. Cet accès au réseau rural résulte d'un engagement pris auprès des autorités de la concurrence. Il n'y a pas lieu de considérer que La Poste refuse de distribuer, notamment en dehors des zones urbaines, puisque tout le dispositif mis en oeuvre permet une couverture totale du territoire. Tout client s'adressant au groupe La Poste, ou à ses concurrents, peut ainsi faire diffuser des messages, sous réserve d'acceptation des conditions commerciales justifiées par la nécessaire rentabilité économique de l'activité. Rien dans la directive européenne, ni dans le projet de loi de régulation postale ne conduit à considérer que la distribution des imprimés sans adresse des collectivités locales, qui ne porte pas sur des envois postaux, soit susceptible d'entrer dans le service universel. Au demeurant le financement d'une telle obligation ne pourrait pas être supporté par le marché de la publicité non adressée. En effet, ce marché subit déjà une mutation profonde sous l'effet de l'accroissement des coûts salariaux résultant de la nouvelle convention collective et de la législation sur l'écotaxe et de l'opération « stop-pub ». La solution procède sans doute plus d'une amélioration des offres dans le cadre de la relation commerciale avec les collectivités que d'une modification de la loi étendant le service universel à la diffusion du courrier non adressé. Différents opérateurs prennent déjà des initiatives en ce sens. Le groupe La Poste conduit actuellement une réflexion sur une gamme de produits répondant mieux aux attentes des collectivités territoriales, des élus et des professionnels de proximité. Ces travaux devraient déboucher sur de nouvelles propositions commerciales dans le courant de l'année 2005.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Paul Dupré](#)

Circonscription : Aude (3^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 55732

Rubrique : Postes

Ministère interrogé : industrie
Ministère attributaire : industrie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 janvier 2005, page 686

Réponse publiée le : 12 avril 2005, page 3825