



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

déchets ménagers

Question écrite n° 59793

Texte de la question

M. Bernard Perrut appelle l'attention de M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et de la consommation sur les effets très désagréables de l'invasion des documents publicitaires dans les boîtes aux lettres. Ils se mêlent à la « correspondance » qui se trouve parfois occultée, dont le tri est une corvée quotidienne pour les particuliers. Il serait intéressant, mais malheureusement impossible à réaliser, de connaître le pourcentage du volume de ces papiers divers qui atteint son but avec efficacité. Il lui demande si des mesures peuvent être trouvées, sans porter atteinte à la liberté d'expression, pour limiter cette avalanche, cause également de pollution de l'environnement.

Texte de la réponse

La publicité et les moyens qui l'accompagnent (campagnes radiodiffusées ou télévisées, supports papiers et électroniques), dont la diffusion de documents dans les boîtes aux lettres des particuliers, sont les corollaires de la liberté d'entreprendre et de commercer. Ces moyens sont utiles pour faire connaître des produits et des services aux consommateurs. La diffusion de documents publicitaires permet, principalement lors de campagnes promotionnelles, d'informer le public des avantages de certaines offres, et ainsi d'apporter au consommateur une information pré-contractuelle sur les prix des biens ou des produits sans qu'il ait à se déplacer dans les enseignes commerciales proposant ces offres. Sur la base de cette information, il appartient ensuite au consommateur d'apprécier le caractère pertinent de ces sollicitations et de décider d'y donner ou non suite en se rendant dans les enseignes concernées. Ces documents font l'objet de contrôles par les services de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) pour vérifier les allégations qui y sont portées (annonces de réductions de prix), la disponibilité des produits vantés, et rechercher d'éventuelles mentions de nature à induire le consommateur en erreur. La quantité de prospectus publicitaires déposée dans les boîtes aux lettres augmente et devient un réel enjeu environnemental car elle pose un problème de gestion des déchets. À cet égard en septembre 2003, à La Baule lors des septièmes Assises nationales des déchets, le ministre de l'écologie et du développement durable avait décidé d'encourager la limitation de la distribution des prospectus publicitaires en favorisant la création puis l'apposition, à partir d'octobre 2003, d'un auto collant « Merci d'épargner ma boîte aux lettres ! ». Cette initiative a permis de distribuer 3 millions d'autocollants en 2004. Certaines collectivités locales, une partie des enseignes de la grande distribution ou des associations ont pris le relais pour proposer d'autres autocollants ayant la même signification. Les particuliers qui ne souhaitent pas recevoir de prospectus peuvent donc apposer sur leur boîte à lettres une étiquette « stop publicités ».

Données clés

Auteur : [M. Bernard Perrut](#)

Circonscription : Rhône (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 59793

Rubrique : Déchets, pollution et nuisances

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 8 mars 2005, page 2352

Réponse publiée le : 26 avril 2005, page 4363