

N° 137

SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1994-1995

Annexe au procès-verbal de la séance du 10 décembre 1994.

PROPOSITION DE LOI

tendant à protéger les particuliers contre la distribution abusive de prospectus publicitaires ou publications gratuites non adressés,

PRÉSENTÉE

Par MM. Jean BESSON et Bernard HUGO,

Sénateurs.

(Renvoyée à la commission des Affaires économiques et du Plan, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

Publicité. – Prospectus publicitaires - Publications gratuites.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les élus sont régulièrement interpellés depuis plusieurs années par des particuliers, associations de protection de l'environnement ou de résistance à l'agression publicitaire, sur la distribution abusive de prospectus publicitaires ou publications gratuites non adressées qui envahissent de plus en plus les boîtes aux lettres.

Le sénateur M. Besson a interrogé à ce sujet le ministre de l'Environnement, M. Michel Barnier, par question écrite le 28 avril 1994 (publication au *Journal officiel* du 9 juin 1994), et le député M. Michel Hannoun a déposé une proposition de loi auprès de l'Assemblée nationale le 18 mai dernier, proposition que le sénateur M. Besson (Drôme) et le sénateur M. Hugo (Ardèche) vous demandent de bien vouloir étudier à votre tour au Sénat, selon l'exposé des motifs ci-après.

Depuis plusieurs années, la part du marketing (ou mercatique, pour employer le terme français) direct dans les investissements publicitaires globaux s'est notablement accrue, ce qui a entraîné une croissance régulière du trafic de courrier adressé et non adressé. En ce qui concerne la Poste, le courrier publicitaire représente 36 % de son trafic courrier et 13 % de son chiffre d'affaire courrier en 1992.

Si le volume du courrier publicitaire adressé n'a pratiquement pas augmenté en 1993 (+ 1,5 % par rapport à 1992) les taux annuels de croissance de la publicité non adressée sont de l'ordre de 15 % par an environ : la part de cette dernière est, en volume, 5 fois supérieure à celle des envois adressés.

A l'heure actuelle, chaque foyer français reçoit environ 30 kilos par an de prospectus publicitaires ou publications gratuites, qui viennent encombrer les boîtes aux lettres.

Une telle situation n'est pas satisfaisante et il serait nécessaire de mettre un terme aux excès que l'on constate dans ce domaine. Même si les sanctions sont difficiles à mettre en œuvre, chaque citoyen doit pouvoir, pour des raisons qui lui sont propres (rejet de ce type de publicité, risques accrus de cambriolage...), exprimer et faire respecter sa volonté de ne pas voir sa boîte aux lettres envahie de façon inopportune par des prospectus qui ne lui sont pas personnellement destinés.

La Poste est tenue d'acheminer et de distribuer les courriers publicitaires adressés qui lui ont été confiés. Dans ce cas, toutefois, toute personne qui souhaite ne plus recevoir de publicité peut, à sa demande, figurer sur le fichier « Stop publicité », appelé aussi fichier « Robinson », géré par l'Union française de marketing direct. Cet organisme a par ailleurs publié le 8 décembre 1993 un « code de déontologie » des professionnels du marketing direct qui renforce l'application de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, et donc la protection des consommateurs en matière de transmission de données à caractère personnel.

La protection des particuliers est, en revanche, plus difficile à mettre en œuvre en ce qui concerne les publicités non adressées, du fait de l'hétérogénéité des acteurs et de la concurrence (la Poste, qui n'y est qu'un opérateur parmi d'autres, ne détenant que 25 % de parts dans ce marché).

Aussi, après avoir rappelé le droit de chacun de ne pas recevoir de publicité qui ne lui est pas adressée, le texte proposé renvoie-t-il à un décret le soin de fixer les conditions dans lesquelles doit être manifestée cette intention et pose le principe de peines contraventionnelles qui devront être déterminées dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la loi.

Pour ces raisons, nous vous demandons, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir adopter la présente proposition de loi.

PROPOSITION DE LOI

Article premier.

Toute personne a le droit d'obtenir que ne soient déposés à son domicile ou dans les dépendances de celui-ci, des prospectus ou publications gratuites qui ne lui sont pas personnellement adressés.

Art. 2.

Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions dans lesquelles doit être manifestée la volonté de ne pas recevoir les publications visées à l'article premier de la présente loi.

Art. 3.

Toute infraction aux dispositions de la présente loi sera sanctionnée par une peine contraventionnelle définie par un décret pris dans un délai de six mois à compter du jour de la promulgation de la présente loi.