



20.4697

MOTION

Garantir aux habitantes et habitants leur droit de refuser la distribution de journaux gratuits dans leur boîte aux lettres

Déposé par:



WALDER NICOLAS

Groupe des VERT-E-S
Parti écologiste suisse

Date de dépôt: 18.12.2020

Déposé au: Conseil national

Etat des délibérations: Liquidé

TEXTE DÉPOSÉ

Le Conseil fédéral est chargé de prendre toutes les mesures nécessaires afin de limiter la distribution de journaux gratuits dans les boîtes aux lettres aux seul.e.s habitant.e.s désireux.ses de les recevoir. A cette fin, il étudiera autant l'option consistant à considérer les journaux gratuits comme des tous-ménages publicitaires et dès lors à n'autoriser leur distribution qu'aux seul.e.s habitant.e.s n'ayant pas apposé la mention "pas de publicité" sur leur boîte aux lettres, que l'option visant à garantir à tout.te.s habitant.e.s le droit d'apposer, sur sa boîte aux lettres, la mention de sa volonté de ne pas recevoir de journaux gratuits.

DÉVELOPPEMENT

Dans sa réponse à la motion **20.3113** de la Conseillère nationale Katja Christ, qui souhaitait changer la législation pour passer à un système d'adhésion pour les tous-ménages, le Conseil fédéral a rappelé que les citoyen.e.s pouvaient déjà exercer leur droit de refus des tous-ménages en apposant un autocollant "Pas de publicité" sur leur boîte aux lettres. Le Conseil fédéral considérerait ainsi le système actuel comme suffisamment efficace.

La réponse reste toutefois insuffisante pour protéger efficacement les habitant.e.s, car devant la généralisation de la mention "pas de publicité" apposée sur les boîtes aux lettres, les publicitaires ont cherché et trouvé d'autres vecteurs pour atteindre les foyers récalcitrants.

L'un deux consiste à utiliser les journaux gratuits distribués dans toutes les boîtes aux lettres, y compris en y glissant des fascicules exclusivement publicitaires. Le modèle économique des journaux gratuits reposant très largement sur les recettes publicitaires, ce type de collaboration est évidemment accueilli à bras ouverts par les journaux concernés.

Pour les publicitaires, cette stratégie fonctionne parfaitement sachant qu'une large partie de la population n'a aujourd'hui aucun moyen de refuser les journaux gratuits dans leur boîte aux lettres. Car même si l'option d'apposer d'autres autocollants (souvent spécifiques à chaque journal) existe, elle est encore trop souvent interdite par les régies d'immeubles.

En plus d'être problématique pour la liberté et le droit des citoyen.e.s à ne pas recevoir de publicités dans leur boîte-aux-lettres, la distribution de journaux gratuits non-désirés, tout comme les tous-ménages, engendre des coûts importants pour la société. Les journaux gratuits non-désirés sont souvent jetés sans avoir été lu, ni même ouvert. Il en découle des coûts écologiques liés à la quantité de papier utilisée, à l'impression et au transport de ces journaux. Mais aussi des coûts financiers pour les villes et communes en charge de la collecte du papier alors même que la valeur de la tonne de papier collecté sur le marché est en chute libre.

AVIS DU CONSEIL FÉDÉRAL DU 24.02.2021

Les journaux gratuits sont des envois non adressés qui ne relèvent pas des services postaux réglementés par la législation sur la poste. L'envoi de journaux gratuits peut, dans certaines circonstances, entrer dans le champ d'application de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD; RS 241). Lorsqu'ils reçoivent des journaux gratuits non souhaités, les destinataires peuvent déposer une réclamation pour infraction à l'art. 2 LCD auprès de la Commission suisse pour la loyauté. Celle-ci examine si l'observation d'un autocollant correspond à une forme de publicité déloyale et agressive au sens de l'art. 2 LCD. Tel est le cas lorsque de la publicité non adressée est remise malgré la manifestation explicite du droit de refus de l'envoi par le biais d'un autocollant apposé sur la boîte aux lettres.

Pour déterminer si un envoi est un journal ou un produit publicitaire, la Commission pour la loyauté s'appuie sur la catégorisation effectuée par REMP Recherches et études des médias publicitaires ainsi que sur les lignes directrices de la Poste. Pour être considéré comme journal, l'envoi doit présenter un contenu rédactionnel de 15% au moins et ne doit pas servir de manière prépondérante à des fins commerciales ou à la promotion de produits ou de prestations. Par le passé, la Commission pour la loyauté a approuvé des réclamations pour lesquelles les critères relatifs à un journal n'étaient pas remplis.

Si, selon l'appréciation de la Commission Suisse pour la Loyauté, le journal gratuit n'est pas de la publicité et qu'un refus d'accepter non seulement la publicité mais aussi ces journaux a été affiché sur la boîte aux lettres, il peut également y avoir un comportement commercial déloyal en vertu de l'art. 2 LCD.

Le Conseil fédéral considère que les définitions figurant dans la LCD et les instruments applicables en cas d'infraction sont suffisants pour se défendre contre la distribution de journaux gratuits. Les destinataires peuvent non seulement déposer une réclamation auprès de la Commission pour la loyauté (en cas de publicité déloyale), mais aussi se tourner vers les tribunaux cantonaux ordinaires.

Des autocollants tels que "Pas de publicité", "Pas de journaux gratuits" ou autres sont aujourd'hui apposés sur les boîtes aux lettres par une grande partie de la population suisse. Les éventuels problèmes dus à des règlements de construction locaux ne peuvent pas être résolus par une modification du droit fédéral.

PROPOSITION DU CONSEIL FÉDÉRAL DU 24.02.2021

Le Conseil fédéral propose de rejeter la motion.

CHRONOLOGIE

16.12.2022 Classé car le conseil n'a pas achevé son examen dans un délai de deux ans

COMPÉTENCES

AUTORITÉ COMPÉTENTE

DÉPARTEMENT DE L'ENVIRONNEMENT, DES TRANSPORTS, DE L'ÉNERGIE ET DE LA COMMUNICATION (DETEC)
([HTTPS://WWW.UVEK.ADMIN.CH/UVEK/FR/HOME.HTML](https://www.uvek.admin.ch/uvek/fr/home.html))

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

CONSEIL PRIORITAIRE

Conseil national

COSIGNATAIRES (9)

ARSLAN SIBEL BRENZIKOFER FLORENCE DANDRÈS CHRISTIAN DE LA REUSSILLE DENIS FEHLMANN RIELLE LAURENCE FIVAZ FABIEN MATTER MICHEL PORCHET LÉONORE RYSER FRANZISKA

DOMAINES (2)

Médias et communication Économie

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

BULLETIN OFFICIEL