

Boîtes aux lettres : un échange révélateur

L'échange de lettres qui suit remonte, certes, à trois ans, mais, d'une part, nous avons l'autorisation de le publier sous le nom de son auteur, ce qui l'authentifie (trop souvent, hélas, les personnes qui nous font part de leurs démarches n'osent pas en faire profiter la cause, par peur d'être ennuyées) ; d'autre part et surtout, ce simple échange illustre clairement le blocage qui caractérise la situation des boîtes aux lettres françaises au regard de l'invasion publicitaire.

Jean-Jacques Jarlut au maire de Saintes (Charente-Maritime), 10 septembre 1996 :

« Monsieur le Maire,

Au bureau d'accueil de la mairie, vous faites remettre aux personnes qui le demandent un autocollant portant l'indication « PROSPECTUS INTERDITS », pour être apposé sur les boîtes aux lettres des gens qui refusent cette désagréable et détestable invasion quasi quotidienne de papiers publicitaires et mercantiles. Votre initiative est bonne, je vous en félicite et remercie. Mais encore faudrait-il que les distributeurs de ces réclames et publicités en tiennent compte, qu'ils en reçoivent la consigne et la directive. Je constate chaque jour que les paperasses indésirables se déversent dans ma boîte aux lettres malgré l'indication très visible les interdisant. Je ne suis pas le seul à faire cette constatation. Je pense que vous devriez intervenir auprès des organismes concernés et responsables, pour leur signifier péremptoirement qu'ils doivent donner à leurs distributeurs des consignes strictes et répétées de respect de l'interdiction et ainsi du respect du droit des gens à être maîtres de leur boîte aux lettres qui, par nature, est destinée exclusivement à recevoir le courrier. Vous pouvez vous appuyer pour cela sur un texte législatif qui doit exister à ce sujet. Qu'on ne vienne pas me dire que, par mon objection et mon opposition, je nuis à l'emploi. Ce qui serait un argument faux et fallacieux. Si l'on veut s'en donner la peine, il y a d'autres façons de créer des emplois utiles. Veuillez agréer... »

Réponse de **Mme Bugue**, chargée de la communication à la mairie de Saintes, 20 septembre 1996 :

« Monsieur,

Le maire a pris connaissance de votre courrier. Je vous confirme qu'il existe bien une loi interdisant la distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres. La condition pour ne pas en recevoir est d'écrire à la poste en le demandant expressément. Cet autocollant ne peut qu'informer votre

facteur ou votre distributeur de ne pas vous déposer de publicités mais en aucun cas le lui interdire. Toutefois, je dois vous informer que si vous faites cette demande auprès de la poste, vous ne recevrez plus de prospectus, bien sûr, mais également vous ne recevrez plus non plus les publications de la Ville qui sont dans le même circuit de distribution. Cependant, vous pourrez les retirer à l'accueil de la mairie. J'espère avoir répondu à votre demande. Veuillez agréer... »

Commentaire :

Alors que M. Jarlut ne faisait que *supposer* l'existence d'une loi en la matière, Mme Bugue lui « confirme » l'existence de cette loi... qui n'existe pas ! Cela ne relève-t-il pas d'une inculture juridique assez surprenante de la part d'une responsable municipale ? Quant à « écrire à la poste pour ne pas en recevoir », si c'était aussi simple, cela se saurait... Les exemples abondent d'une mauvaise volonté manifeste, explicite, de la part de tel ou tel bureau de poste, dans toutes les régions. Mme B. poursuit dans un charabia qui, au fond, colle d'assez près à la situation... Que peut bien vouloir dire, en effet, la phrase : « Cet autocollant ne peut qu'informer votre facteur ou votre distributeur de ne pas vous déposer de publicités mais en aucun cas le lui interdire. » *Informez quelqu'un de faire quelque chose ?* Cela ne se trouve dans aucune grammaire ! On retient tout au plus qu'il n'y a pas lieu d'interdire : une loi non assortie d'interdiction ? Bizarre ! Enfin, la mairie termine sa réponse par un chantage bien connu : pas de prospectus ? d'accord, mais alors pas de publications municipales non plus ! Et pourtant, comme le faisait remarquer quelqu'un très justement : qui est, par définition, le grand spécialiste du tri, sinon... la Poste ? Que celle-ci prenne prétexte du refus bien légitime des citoyens de recevoir les prospectus pour les priver d'informations utiles, et qu'une mairie se fasse complice d'un tel irrespect à l'encontre de ses administrés, cela montre bien que les pouvoirs ne sont pas toujours aussi publics qu'ils devraient l'être.

Y.G.

« Enfin débarrassé ! »

Témoignage

Je me suis, enfin, débarrassé de la publicité qui encombrait la boîte aux lettres de notre maison (une maison familiale, stratifiée : à chaque étage, un membre de la famille avec ses enfants, d'où, autrefois, trois paquets du même assortiment de tracts, relances, etc., tout cela dans la seule et

unique boîte !). Comment ai-je fait ? Avec ma machine, j'ai imprimé le texte « PAS DE PUBLICITE, MERCI » sur un petit rectangle de papier. Après l'avoir solidement fixé, bien en vue (tous les passants le voient) sur ma boîte, j'ai distribué quelques exemplaires à des voisins du quartier et... j'ai attendu les distributeurs en leur expliquant que, s'ils continuaient, nous irions voir leurs commanditaires et nous augmenterions la distribution de mon « avertissement », ce qui aurait pour effet de réduire leur secteur d'activité. Ça a marché. Un peu égoïste ? Peut-être mais efficace. Une seule exception : le petit journal gratuit ; notre petite-fille m'a expliqué que le format était parfait pour éplucher les légumes.

À la campagne, notre vieux voisin vit modestement avec sa maigre retraite d'agriculteur. Pour lui, il n'y a pas de petites économies. Aussi... comme tous nos concitoyens, il a droit hebdomadairement au petit journal gratuit. Mais, dès qu'on le lui a remis, il sort son vieux couteau (celui qu'il avait au service militaire), et soigneusement il découpe le journal en question, en petits rectangles réguliers qu'il va accrocher dans... le « chalet de nécessité » dans son jardin, à côté. Quel beau symbole ! La « publicité torche-cul » ! Un seul ennui : le journal en question n'est pas distribué en août.

Pierre Saumande (Limoges)

Procès boîte aux lettres : la collecte continue

Il s'agit du procès intenté, depuis 1997, par Y.G. à un distributeur de prospectus en boîtes aux lettres entré dans son immeuble, protégé par un code d'accès, à l'aide d'un passe-partout issu de La Poste. Préjudices subis : abus de confiance, recel d'abus de confiance, effraction, violation de domicile.

L'appel de fonds, récemment relancé, a été entendu. Au 1^{er} octobre 1999, le bilan de la collecte est de 19 560,50 F (réunis grâce à 140 donateurs de toute la France ; les frais s'étant élevés à 15 480 F depuis le début de l'affaire, il reste donc dans la caisse : 4 080,50, ce qui est encore peu !

Rappel des modalités de contribution : dons – à partir de 5 F (cinq francs) – sous forme d'espèces, de timbres ou de chèques, à R.A.P. (en mentionnant à part « procès boîte aux lettres »). Pour obtenir un reçu, envoyer une enveloppe timbrée avec la mention « reçu ». En cas de victoire au procès et de gain d'une somme excédentaire, les donateurs seront remboursés en priorité, au prorata de leur don. Le cas échéant, le reste ira aux associations ayant apporté leur soutien.

On peut, moyennant une enveloppe timbrée, obtenir auprès de R.A.P. le tract (n°

3, daté du 1^{er} août 1999) présentant toute l'affaire. ■

boîte aux lettres à cause du trop-plein de prospectus. Version réduite (sans illustration) : 8 x 2 cm.

Commandes : merci de joindre une enveloppe timbrée. (Une enveloppe timbrée normale peut accueillir jusqu'à 10 grands ou 20 petits autocollants.) ■

Et les Français de l'étranger ?

Le cas de monsieur et madame G., habitants du Calvados, dont R.A.P. a eu connaissance l'année dernière, non seulement est susceptible d'intéresser les Français de l'étranger, mais apporte un éclairage particulier sur le phénomène général de la « persécution » publicitaire.

L'un et l'autre ayant un salaire important, ils se sont fait « repérer » par un certain nombre de sociétés qui les harcèlent à coups de publicité épistolaire, dans des proportions qui avoisinent, voire dépassent celles de leur courrier personnel. Par comparaison, leurs voisins, inactifs, sont quasiment épargnés.

En partance pour les États-Unis où ils doivent séjourner pour raison professionnelle, M. et Mme G. craignent que la publicité qui leur sera adressée pendant leur absence n'encombre leur boîte aux lettres et finisse par révéler leur absence à d'éventuels malfaiteurs. Par ailleurs, ils savent qu'en donnant à la Poste un ordre de réexpédition de leur courrier, ils auront à payer une taxe pour chaque lettre¹... y compris les courriers publicitaires !

Pour échapper à cette pénible alternative, d'une part, ils écrivent aux sociétés qui les harcèlent pour leur demander d'arrêter – évidemment sans la moindre certitude d'être entendus –, d'autre part, ils donnent leur future adresse à tous leurs correspondants personnels, institutionnels ou administratifs – avec le risque d'en oublier et de provoquer des « retours à l'expéditeur » peut-être dommageables.

Quelle solution R.A.P. pouvait-elle préconiser dans ce cas ?

Y.G.

¹3 F, d'après *Que choisir* n° 351 (juillet 1998)

1 F l'autocollant boîte aux lettres... On brade !

Malgré l'annonce « Tout doit disparaître ! » parue dans l'avant-dernier numéro, nous sommes encore loin d'avoir écoulé nos stocks d'autocollants.

Prix : 1 F pièce, au lieu de 5 F.
Dimensions : 8 x 4,5 cm ; couleurs : vert et noir sur fond blanc ; texte : « Pas de publicité dans cette boîte aux lettres, merci » ; illustration : un facteur empêché de glisser une lettre d'amour dans une