

**Question et réponse écrite n° : 0468 - Législature : 53**

<i>Auteur</i>	André Frédéric, PS
<i>Département</i>	Ministre de la Fonction publique et des Entreprises publiques
<i>Sous-département</i>	Fonction publique et Entreprises publiques
<i>Titre</i>	L'inexistence de la presse gratuite pour bpost (QO 4734).
<i>Date de dépôt</i>	17/08/2011
<i>Langue</i>	F
<i>Statut question</i>	Réponses reçues
<i>Question</i>	<p>Je suis régulièrement interpellé par certains éditeurs de presse gratuite en raison de la non-distribution de leurs journaux dans les habitations dont la boîte aux lettres est pourvue d'un autocollant qui, bien que refusant les imprimés publicitaires, autorise la presse gratuite. En effet, la Région wallonne réalise et distribue des autocollants bien pratiques permettant aux citoyens de signaler aux facteurs leur volonté de ne plus recevoir de publicité et/ou de presse gratuite. Récemment, on m'a informé de l'existence d'une réglementation interne des envois Distripost qui désormais ne fait plus la distinction entre presse gratuite et imprimé publicitaire. J'ai un courrier officiel de bpost expliquant que la "presse gratuite n'existe plus" et confirmant que pour recevoir de la presse gratuite, il était nécessaire de retirer son autocollant "pas de publicité". La presse gratuite régionale n'est absolument pas de la publicité: son rôle n'est pas de vanter les qualités d'une marque de lessive mais bien d'informer les citoyens sur ce qui se passe près de chez eux; sur les offres d'emplois locales ou sur les manifestations culturelles se déroulant près de chez soi. Étiez-vous au courant de cette pratique au sein de bpost et envisagez-vous rapidement de demander à bpost d'y mettre fin?</p>
<i>Statut Réponse</i>	<p>1 réponse normale - normaal antwoord - Nouvelle réponse</p> <p>Tout d'abord, il y a lieu de préciser que la distribution d'envois toutes-boîtes, quelle que soit leur nature n'entre pas dans le champ du service universel et ne constitue pas une compétence exclusive de bpost mais un service en libre concurrence. De plus, hormis la distribution d'imprimés électoraux en période électorale, la distribution d'envois toutes-boîtes n'est pas soumise aux dispositions légales ou réglementaires qui régissent le service postal et il ne relève dès lors pas de la responsabilité ministérielle. Bpost a toujours respecté la volonté de chaque habitant de ne pas recevoir de publicité gratuite dans sa boîte aux lettres. Lorsqu'une boîte aux lettres était ou est munie d'un sticker "No pub" ou encore "Publicité non merci", le facteur ne distribue ni les publicités ni la presse gratuite. Seules les informations émanant d'autorités publiques (communes, provinces, régions, fédéral), les tracts électoraux en période électorale ainsi que les dépliants qui répondent aux conditions de contenu informatif, en vertu des dispositions légales et réglementaires applicables dans la ou les région(s) concernée(s), sont distribués dans toutes les boîtes aux lettres. Bpost me dit par ailleurs informer ses clients (c'est-à-</p>

dire les éditeurs responsables) de la pratique de l'entreprise en la matière. En 2006, le Gouvernement wallon a décidé de réglementer la distribution des envois toutes-boîtes. La nouvelle réglementation régionale wallonne n'oblige pas bpost (ni les autres distributeurs concurrents) à déposer des envois dans une boîte aux lettres. Elle interdit uniquement la distribution de certains types de publications dans certaines boîtes. Aujourd'hui, bpost ne distribue ni publicité, ni presse gratuite dans une boîte munie d'un stickers. Si ces stickers peuvent être bien pratiques pour les citoyens, ils sont source de difficultés d'interprétation pour les distributeurs. Il est en effet opérationnellement impossible pour l'entreprise d'assurer un service de qualité si elle doit répartir ces envois en quatre catégories différentes [oui presse/non pub, non presse/oui pub, non presse/non pub, oui presse/oui pub]. De plus, certains critères au niveau des définitions sont trop complexes et rendent l'appréciation du respect des critères impossible en pratique sur le terrain. Selon les informations qui m'ont été fournies par bpost, les concurrents de l'entreprise publique procèdent de la même manière. Bpost me dit avoir fait, ainsi que ses concurrents, des suggestions d'adaptation de la réglementation visée afin d'éviter ces écueils. L'entreprise regrette qu'il n'en ait pas été tenu compte.