



**mouvement
écologique**



Nouvelle législation limitant la publicité commerciale dans les boîtes aux lettres : La mise en œuvre doit être contrôlée - des points flous doivent être clarifiés

De nombreux citoyens ont attiré l'attention du Mouvement Écologique sur les problèmes d'application des dispositions de l'article 12 de la nouvelle loi sur la gestion des déchets du 9 juin 2022 concernant les envois publicitaires dans les boîtes aux lettres.

Cet article stipule ce qui suit

« (6) En vue de prévenir l'abandon de déchets :

1° Le dépôt d'imprimés publicitaires sur les véhicules est interdit ;

2° Le lancement sur la voie publique, de confettis, serpentins et autres projectiles festifs, lorsqu'ils contiennent du plastique ou du métal, est interdit.

(7) À compter du 1er janvier 2024, le dépôt et la distribution d'imprimés publicitaires à vocation commerciale, à l'exception de la presse d'information gratuite, dans les boîtes à lettres sont interdits, sauf accord formel du destinataire. »

Selon ces informations, il semble d'une part que l'application de la loi ne soit pas suffisamment assurée par les pouvoirs publics et que les abus ne soient pas évités. D'autre part, des questions se posent quant à l'interprétation de la loi.

Les points suivants sont particulièrement importants pour que les objectifs de la loi, à savoir l'économie des ressources et la protection de la vie privée, soient respectés et que les intérêts des citoyens soient pris au sérieux :

Les problèmes constatés

Journaux publicitaires gratuits

Jusqu'à présent, les journaux publicitaires gratuits n'étaient pas distribués aux ménages dont la boîte aux lettres portait l'autocollant "Keng Reklammen wgl." (pas de publicité svp). Ceci notamment suite à l'interprétation juridique selon laquelle un « journal » gratuit qui ne repose pas sur un abonnement entre l'éditeur et une personne privée, mais qui est distribué par un acteur commercial (donc pas une commune ou une association par exemple) et qui poursuit clairement des objectifs commerciaux (qui contient p.ex. plus de 50 % de publicité), doit être clairement considéré comme de la publicité. Toutefois, de nombreux éditeurs considèrent leur journal publicitaire gratuit comme un "journal" ne tombant pas sous la nouvelle loi. Les citoyens reçoivent ainsi sans le demander ces publications gratuites d'acteurs commerciaux. Actuellement la nouvelle législation a ainsi entraîné une aggravation par rapport à la situation antérieure, ce qui n'était sans doute pas souhaité sous cette forme par le législateur.

Forte augmentation des encarts publicitaires dans les quotidiens

De très nombreux citoyens ont de sérieux problèmes avec le fait que les encarts publicitaires dans les quotidiens ont considérablement augmenté. Alors que les annonces classiques, imprimées dans les journaux eux-mêmes, n'ont pas été abordées dans les messages, l'afflux plus important d'"encarts" suscite une opposition assez forte. L'ensemble est perçu comme un moyen de "contourner" la nouvelle législation. Si, avant l'entrée en vigueur de la nouvelle législation sur les déchets, il était possible de l'éviter en apposant l'autocollant "Keng Reklammen wgl." (pas de publicité svp.), ce n'est désormais plus le cas dans le cadre d'un abonnement à un quotidien. Il semble que le client doive se rabattre sur l'édition numérique du journal pour échapper à ce flot de réclames ...

La distribution de « petits dépliants publicitaires » se poursuit

Les grandes entreprises et les petites entreprises/personnes privées à but commercial continuent de distribuer des dépliants clairement identifiables comme étant de la publicité (voyants, agences immobilières, fournisseurs dans le domaine de l'horeca, etc.) et on ne voit pas quelle instance étatique sanctionne cette infraction et assure le respect de la loi.

« Publicités » sur les voitures garées

Il est assez fréquent que des cartes publicitaires soient apposées sur les voitures garées dans les parkings (sous les essuie-glaces par exemple), même si l'interdiction est explicitement mentionnée dans la loi. Ces cartes publicitaires sont considérées comme particulièrement problématiques par les personnes qui ont contacté le Mouvement Ecologique, étant donné qu'elles sont en plus plastifiées. Les citoyens ne savent pas à qui ils peuvent adresser leurs plaintes.

Matériel d'information des communes, associations, partis

Certains citoyens ont exprimé le souhait de ne plus recevoir d'informations, notamment de la part des communes. Par le passé, ces informations étaient toujours envoyées aux ménages qui avaient apposé l'autocollant "Keng Reklammen wgl." (pas de publicité svp). En effet, il ne s'agit pas d'éditeurs commerciaux, mais d'acteurs de la société qui souhaitent informer les citoyens. Certains citoyens semblent toutefois voir les choses différemment, c'est du moins ce qui ressort des réactions à l'action du Mouvement Ecologique.

Le Mouvement Ecologique maintient sa position de base selon laquelle il est extrêmement important, d'un point de vue **démocratique**, que surtout les communes, mais aussi les associations et autres acteurs, puissent transmettre des messages non commerciaux aux citoyens. Ceux-ci sont un élément essentiel de la démocratie et des communes vivantes.

En outre, il faut craindre que certains citoyens qui ne souhaitent pas recevoir de publicité commerciale mais qui veulent rester informés de la vie associative etc. accepteraient plutôt de recevoir de nouveaux des publicités commerciales que d'être privés des informations des associations, communes etc. Une telle disposition serait donc également discutable d'un point de vue écologique.

C'est pourquoi le Mouvement Ecologique reste convaincu que de telles informations non commerciales peuvent continuer à être distribuées à tous les ménages et ne doivent pas être considérées comme de la « publicité ».

Étant donné qu'il est important de veiller à ce que les dispositions soient respectées dans les premiers mois suivant l'entrée en vigueur d'une nouvelle législation et d'informer les citoyens mécontents de la position du ministère en la matière, une action immédiate de la part du ministère serait nécessaire.

Les suggestions du Mouvement Ecologique

Le Mouvement Ecologique considère donc comme indispensable que les initiatives suivantes soient assurées à court terme par le Ministère de l'Environnement, du Climat et de la Biodiversité :

1. Clarifier immédiatement l'interprétation de l'article 12 de la loi et, le cas échéant, procéder à des améliorations

Il y a clairement un besoin de rattrapage :

- **Clarifier et régler clairement la problématique des « journaux gratuits »** : Il est extrêmement problématique que - comme mentionné - ces journaux, qui poursuivent clairement des objectifs purement commerciaux, atterrissent désormais dans les boîtes aux lettres de ménages qui étaient auparavant exempts de ce flot de publicité. Le fait que la nouvelle loi sur les déchets ait entraîné une détérioration est contre-productif. Le législateur devrait veiller à ce que les règles soient claires. Si la loi devait être interprétée dans le sens que ces journaux doivent continuer à être considérés comme de la publicité, des mesures devraient être prises immédiatement à l'encontre des éditeurs. Si la loi n'est pas claire dans ce domaine, elle devrait être immédiatement améliorée dans le sens d'une précision.

2. Aborder le non-respect de la loi !

Dans ce domaine, les mesures suivantes s'imposent :

- **Introduire une adresse de contact pour les réclamants** : Il incombe au ministère de l'Environnement, du Climat et de la Biodiversité de veiller à ce que sa loi soit respectée. C'est pourquoi le ministère devrait immédiatement publier une « hotline » - « adresse mail » à laquelle tous les citoyens pourraient adresser leurs réclamations. La manière dont le ministère réagit en cas de non-respect de la loi devrait être clairement indiquée. Les personnes qui ont déposé la plainte doivent bien entendu être informées des suites données à leur réclamation.
- **Garantir les conséquences du non-respect de la législation par le ministère** : Le ministère doit contacter les acteurs qui ne respectent pas la loi. Dans un premier temps, cela peut se faire de manière « douce ». Mais si un acteur ne respecte pas les dispositions à plusieurs reprises, les sanctions prévues doivent être appliquées et les informations doivent être communiquées.
- **Prise de contact avec les quotidiens** : L'objectif de la loi sur les déchets était d'éviter les déchets et de préserver les ressources. En faisant distribuer de plus en plus de matériel publicitaire par les quotidiens, les annonceurs contournent de facto cet objectif. Il convient de noter que les quotidiens survivaient déjà financièrement AVANT la nouvelle loi sur les déchets, sans ces recettes supplémentaires. Il faudrait prendre contact avec les responsables des journaux afin de trouver une solution dans l'intérêt de la protection des ressources et de leurs lecteurs.

Avril 2024

Traduit par deepl.com (version gratuite)