

Toutes et tous concernés des Postiers aux Papetiers jusqu'aux consommateurs

NON À LA STIGMATISATION ET À LA DESTRUCTION DE 60 000 EMPLOIS

L'expérimentation en cours Oui-pub, qui ne concerne qu'une infime partie du territoire, a des conséquences désastreuses pour les postiers, la filière papier, notre commerce local et pour vous, citoyens/consommateurs.

Le Oui-pub est une menace pour la viabilité du marché et a entraîné l'arrêt de nombreuses activités comme Milee (distribution prospectus) suppression de 10 000 emplois, Médiapost (distribution prospectus) suppression de 4 700 emplois, Papèteries de Condat (Dordogne) suppression de 174 emplois, Ahlstrom Bousbecque (papèterie) 176 emplois, Imprimerie Gresset (Jura) 35 emplois menacés, Papeterie de Stenay (Meuse) 130 emplois menacés, Papeterie Lecas (Charente) 70 emplois menacés (09.24), Papeterie de Saint-Michel (Charente) suppression de 65 emplois, etc.

Si demain la généralisation du dispositif s'étend sur tous les territoires, nos élus seront complices de la destruction, sans justification environnementale, d'une filière économique comptant près de 60 000 emplois directs.

Aujourd'hui, les foyers ayant apposé un autocollant ne reçoivent plus d'imprimés publicitaires, malgré leur choix contraire. Le Oui-pub ne laisse aucun choix et signifie la fin du marché pour tous. Les conséquences sociales, sociétales et économiques sont graves. Les foyers les plus fragiles, isolés ou en quête d'économies sont stigmatisés, tout comme les populations éloignées du numérique et de l'emploi. L'imprimé publicitaire contribue à maintenir des emplois de facteurs et des milliers d'emplois dans les filières du livre, papier, communication dans les années à venir. Dans la fiche d'information Association de consommateurs – Expérimentation Oui-pub de Janvier 2025, il est analysé que le prospectus est plébiscité par les Français et constitue une source d'information utile.

Moins d'imprimés publicitaires ne signifie pas moins de publicité, mais un transfert vers le numérique qui menace la survie du commerce de proximité et accroît les impacts environnementaux.

L'expérimentation actuelle montre que le Oui-pub prive en réalité les Français du choix de recevoir ou non de la publicité, les isolant d'un instrument essentiel pour optimiser leur pouvoir d'achat. En remettant en cause le modèle économique de communication des élus en boîte aux lettres, du droit à la communication, l'expérimentation menace l'accessibilité à l'information publique pour les populations les plus éloignées du digital.

Sauvons nos emplois industriels et locaux, préservons notre pouvoir d'achat et notre accès à l'information publique !

Dites NON au Oui-pub ! Exigeons son arrêt immédiatement.

Ensemble, Usagers, élus, postiers, travailleurs de la filière papier et les associations de consommateurs, de défense du service Public Postal, exigeons que cette expérimentation ne soit pas étendue à l'ensemble du territoire et que nos élus parlementaires prennent position pour la sauvegarde de la filière économique de près de 60 000 emplois et des droits à la communication pour toutes et tous.

