

N° 792  
**SÉNAT**

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2020-2021

---

---

Enregistré à la Présidence du Sénat le 21 juillet 2021

**PROPOSITION DE LOI**

*visant à confier l'acheminement et la distribution de la propagande électorale au groupe public La Poste,*

PRÉSENTÉE

Par Mmes Cécile CUKIERMAN, Éliane ASSASSI, Cathy APOURCEAU-POLY, MM. Jérémie BACCHI, Éric BOCQUET, Mmes Céline BRULIN, Laurence COHEN, M. Fabien GAY, Mme Michelle GRÉAUME, M. Gérard LAHELLEC, Mme Marie-Noëlle LIENEMANN, MM. Pierre OUZOULIAS, Pascal SAVOLDELLI et Mme Marie-Claude VARAILLAS,

Sénatrices et Sénateurs

*(Envoyée à la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)*



## **EXPOSÉ DES MOTIFS**

Mesdames, Messieurs,

La diffusion de propagande électorale est un élément fondamental de la vie démocratique. Elle garantit l'égalité de traitement des candidats et assure l'égale information des citoyens. Lorsqu'elle est défaillante, c'est le respect du pluralisme qui est menacé.

La réception de la propagande électorale sous format papier donne la possibilité à chaque candidat aux élections de s'adresser individuellement et directement à chaque électeur, dans tous les foyers et sur l'ensemble du territoire national.

Elle fait ainsi partie des outils de sensibilisation des citoyens et de lutte contre l'abstention. Au cours des élections départementales et régionales de juin 2021, qui ont enregistré un taux record d'abstention, la distribution des professions de foi et des bulletins de vote a souffert de graves dysfonctionnements.

Le taux de non-distribution a de très loin dépassé, en effet, le taux de déperdition habituellement constaté. Il a pu atteindre 100 % dans certaines communes.

Les défaillances constatées dans l'acheminement de la propagande électorale font suite à l'attribution à une société privée, l'entreprise Adrexo, du « marché » de la distribution postale du matériel électoral. L'entreprise, filiale du groupe Hopps, avait en effet remporté en janvier dernier l'appel d'offre du ministère de l'intérieur lui confiant pour quatre ans sept lots géographiques pour la distribution des plis électoraux, à savoir les régions Hauts-de-France, Grand-Est, Normandie, Centre-Val de Loire, Bourgogne-Franche-Comté, Pays de la Loire et Auvergne-Rhône-Alpes.

Les manquements constatés à l'occasion de ces dernières élections s'inscrivent malheureusement dans le prolongement des attaques contre le service public postal depuis l'ouverture à la concurrence du secteur, lesquelles se sont notamment traduites par la fermeture de bureaux de postes, la réduction des effectifs et du nombre de tournées de distribution.

Ces manquements démontrent encore une fois que le modèle concurrentiel promu depuis des décennies est incapable de servir l'intérêt général et de répondre aux besoins des usagers et des citoyens.

À l'heure où de nombreuses voix s'élèvent pour demander à ce que l'État, ou plus précisément une régie disposant d'une mission de service public, assure cette mission, comme c'était le cas de La Poste avant la mise en concurrence, notre proposition de loi prévoit pour sa part, de définir un service public national d'acheminement et de distribution de la propagande électorale et de l'intégrer au service universel postal, dont La Poste est l'unique prestataire.

En dépit des contraintes posées par le droit européen en matière de concurrence et de commande publique, cette proposition de loi porte l'ambition d'une réponse urgente face à l'impératif de la bonne tenue des prochaines échéances électorales en excluant l'envoi de cette propagande du champ concurrentiel et consacre pour se faire le droit à l'information des citoyens et le respect du pluralisme.

Cela dans l'attente que le Gouvernement se saisisse de sa Présidence prochaine du Conseil européen pour promouvoir la révision des directives relatives à la libéralisation du secteur postal et permettre ainsi aux États membres de retrouver toute latitude pour organiser le service public de l'acheminement et de distribution de la propagande électorale.

## **Proposition de loi visant à confier l'acheminement et la distribution de la propagande électorale au groupe public La Poste**

### **Article unique**

- ① Après l'article L. 48-2 du code électoral, il est inséré un article L. 48-3 ainsi rédigé :
- ② « *Art. L. 48-3.* – L'État garantit le service public national de l'organisation matérielle des opérations effectuées par les commissions chargées d'assurer l'envoi et la distribution des documents de propagande électorale prévues au présent code.
- ③ « La distribution de la propagande électorale est un service public non soumis à la concurrence.
- ④ « Il vise à garantir l'intérêt général attaché à l'information éclairée des citoyens en période électorale et la sincérité du scrutin.
- ⑤ « Il a pour objet la distribution de plis électoraux et des professions de foi des candidats.
- ⑥ « Il est assuré par le prestataire du service universel postal désigné à l'article L. 2 du code des postes et des communications électroniques, dans le respect du droit de l'Union européenne en matière d'aides d'État. »