Zeitschrift: Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse

Herausgeber: Aînés

Band: 19 (1989)

Heft: 10

Rubrik: SOS consommateurs : tout ce fourbi dans la boîte aux lettres

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Boîtes aux lettres ou boîte à pub? Hélas, à l'époque du téléphone (un coup de fil, c'est si facile!) il semble que l'on s'écrive de moins en moins de vraies, bonnes lettres. Et pourtant nos boîtes n'ont jamais été aussi bien remplies.
La part du courrier normal (lettres, cartes postales, factures, etc.) diminue au profit de la publicité.

RESPINTO-REFUSE-ZURUECK
Favorite cancellare il mio indirizzo
S. v. p. rayez-moi de votre fichier
Bitte meine Adresse streichen
ACSI FRC KF SKB-FSC

FED. ROMANDE DES CONSOMMATRICES
SOS CONSOMMATEURS

Tout ce fourbi dans la boîte aux lettres

La publicité non-adressée dite aussi «Tous ménages». A la campagne, c'est le facteur qui la distribue. En ville, elle est livrée par des services de messageries, parfois en même temps que les quotidiens.

La publicité adressée dite «mailing». Elle est considérée comme «courrier» et la loi oblige votre facteur à vous la livrer. Elle peut provenir de firmes ou de maisons que vous connaissez et dont vous êtes clients, ou d'autres. (Voir «Aînés» de septembre).
Elle provient de fichiers d'adresses spécialisés. Ainsi si vous êtes retraité vous recevrez certains types de publicité adressée, que la jeune célibataire, votre voisin ne revevra pas. Il y a parfois des erreurs d'aiguillage. Ainsi un jeune garçon de 12 ans s'est vu offrir de la publicité pour une revue financière et une dame de 82 ans a reçu une lettre commençant par «Chère jeune maman...»
Au vu des quelque 8 kilos distribués par habitant à la campagne et des plus de 20 kilos en ville chaque année, vous trouvez que cela fait beaucoup de gaspillage. Vous aimeriez réagir.

Que faire? Les PTT à l'aide

Jusqu'à présent, pour la publicité non-adressée (prospectus par ex.), la pose d'un auto-collant sur la boîte aux lettres était en principe respectée. Maintenant c'est **officiel.**
Dès le 1er août 1989, les PTT ont réorganisé ce qu'ils appellent «la liste des ménages». Cette liste donne différentes informations sur le nombre de ménages par office de distribution. A l'avenir cette liste ne contiendra plus que les boîtes aux lettres **non-munies** de l'auto-collant «anti-pub dans la boîte aux lettres». A partir du 1er août, les prospectus distribués en tout-ménage ne seront plus imprimés que dans le nombre correspondant à la distribution assurée par les PTT. Cette mesure entraînera une réduction sensible des déchets. Actuellement 4 à 5% des boîtes sont munies de l'auto-collant. Mais dans les grandes agglomérations, ce sont 10% des boîtes qui le portent.
Très important: les envois non adressés en provenance de la Confédération, des cantons, des communes, de même que les journaux officiels continueront à être distribués à chacun. En apposant l'auto-collant, vous ne serez donc pas privés d'informations utiles au citoyen!
Les messageries, quant à elles, sont censées respecter déjà la volonté du consommateur.

Envois adressés

Ce sont souvent les plus irritants: concours mirobolants, envois non-commandés par exemple. Comment les refuser? Certainement pas en les retournant simplement à l'envoyeur, car ils iront au rebut. Par contre, **les PTT renverront à l'expéditeur, en lui faisant payer le port,** les envois munis du petit auto-collant ci-joint, apposé sur l'enveloppe indésirable **non-ouverte.**

Vous pouvez également vous faire rayer des fichiers d'adresses spécialisés en écrivant aux deux adresses ci-dessous. Vous serez alors sur une liste «Robinson». Précisez que vous ne voulez plus d'envois publicitaires adressés: Direction générale des PTT, Victoriastrasse 21, 3013 Berne, et Association suisse pour la publicité directe, Fuchsenberg 15, 8645 Iona.

Pour recevoir les auto-collants de la FRC: 61, rte de Chêne, 1208 Genève. Précisez le nombre d'exemplaire d'auto-collants pour boîte aux lettres (Fr. 1.–) ou de feuilles de 20 pour enveloppes (Fr. 1.50). Joignez une enveloppe timbrée + le montant de la commande en timbres. Ces auto-collants sont aussi en vente aux stands FRC des comptoirs et dans les Bureaux Consommateurs-Information.

La publicité par téléphone

Vous trouvez inadmissible cette voix qui s'introduit chez vous pour vous vendre de la lessive, des cosmétiques et mille autres choses pour de prétendues bonnes œuvres? Vous avez raison car vous n'avez aucun moyen de contrôle.
La page 38 de n'importe quel **annuaire téléphonique** vous indiquera comment, là aussi, vous mettre sur une liste de renonciation.