



N° 405

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUINZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 22 novembre 2017.

PROPOSITION DE LOI

*visant à **interdire la diffusion d'imprimés à caractère commercial sur la voie publique et les pare-brise des véhicules,***

(Renvoyée à la commission des lois constitutionnelles, de la législation et de l'administration générale de la République, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par Mesdames et Messieurs

Brigitte KUSTER, Valérie BAZIN-MALGRAS, David LORION, Michel VIALAY, Martial SADDIER, Fabrice BRUN, Daniel FASQUELLE, Bérengère POLETTI,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

La diffusion d'imprimés à caractère commercial – qu'il faut d'entrée distinguer des journaux quotidiens gratuits, des magazines d'informations locales, ou encore des tracts à dimension politique ou d'intérêt général – sur la voie publique est régie par la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse. Outre l'obligation d'inscrire sur les documents diffusés le nom et l'adresse de l'imprimeur, l'activité de distribution d'écrits sur la voie publique n'implique ni déclaration ni demande d'autorisation préalables.

Pour s'y opposer, l'autorité de police municipale doit prouver l'existence d'un risque de trouble à l'ordre public. D'autre part, une jurisprudence constante montre que les atteintes à la salubrité ou à l'esthétique publique ne suffisent à justifier l'interdiction. La plupart des arrêtés municipaux en ce sens sont donc, de facto, condamnés à l'illégalité.

Paris fait figure d'exception puisque la distribution d'imprimés est prohibée sur certaines voies et sites touristiques (place de l'Étoile, avenue des Champs-Élysées, grands boulevards, etc.), mais là encore le juge administratif veille à ce que l'interdiction ne revête pas un caractère général et absolu.

800 000 tonnes de papier et 20 milliards d'imprimés dits « sans adresse » sont distribués chaque année dans la rue, sur les pare-brise de nos voitures, et dans nos boîtes aux lettres (même s'il faut, en l'espèce, noter que le dispositif « Stop Pub », créé par le ministère de l'environnement en 2004, permet de prévenir certains excès). Et le phénomène ne faiblit pas alors même que plusieurs études démontrent l'opposition des Français à l'égard d'un format publicitaire qu'ils jugent à raison anti-écologique et contreproductif (le taux de lecture n'excède pas 13 %).

Il n'est pas tolérable, à l'heure où la réduction des déchets est érigée comme une priorité et où la publicité numérique est en plein essor, d'autoriser plus longtemps une pratique qui nuit à l'environnement, dégrade l'espace public et suscite l'indifférence voire l'hostilité des consommateurs. L'objet de la présente proposition de loi est donc d'interdire la diffusion d'imprimés à caractère commercial sur la voie publique et les pare-brise des véhicules.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

- ① Avant le premier alinéa de l'article 3 de la loi du 29 juillet 1881, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :
- ② « Il est interdit de distribuer sur la voie publique et les pare-brise des véhicules des imprimés à caractère commercial sous peine pour l'imprimeur d'une amende de 3 750 euros ».

