

ASSEMBLÉE NATIONALE

29 mai 2019

LOI D'ORIENTATION DES MOBILITÉS - (N° 1974)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N° 1521

présenté par
M. Di Filippo

ARTICLE 26 AB

Substituer aux alinéas 4 et 5 les quatre alinéas suivants :

« *Art. L. 328-1.* – Toute publicité en faveur de la mobilité routière réalisée à l'aide de véhicules à motorisation thermique est obligatoirement accompagnée d'un message promotionnel encourageant le recours à des mobilités actives, selon des modalités définies par décret.

« Dans le cas des messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés, cette obligation ne s'applique qu'aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire. La même obligation d'information s'impose à toute promotion, destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par les producteurs ou distributeurs de ces solutions de mobilité.

« Les modalités d'application du présent article, notamment les conditions de révision régulière du message promotionnel à caractère sanitaire et de consultation des annonceurs, sont déterminées par décret en Conseil d'État, pris après avis de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé et après consultation du Bureau de vérification de la publicité.

« Les dispositions du présent article entrent en vigueur à la date de publication du décret mentionné au précédent alinéa et au plus tard le 1^{er} janvier 2021 ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement prévoit la création d'un dispositif inspiré des règles applicables en matière de publicité des produits alimentaires reconnus comme mauvais pour la santé (boissons sucrées, produits alimentaires manufacturés, etc.), définies à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique. Ces mesures pédagogiques ont prouvé leur efficacité en matière de comportement alimentaire, les citoyens étant mieux informés sur les bonnes habitudes à adopter. Le présent amendement vise donc à transposer ce dispositif à la mobilité active, afin de lutter contre la sédentarité, laquelle est la

cause, selon l’OMS, d’environ 10 % de la mortalité totale en Europe (5 % de la charge des cardiopathies coronariennes, 7 % du diabète de type 2, 9 % du cancer du sein et 10 % de cancer du côlon).

Le dispositif crée l’obligation pour les annonceurs faisant de la publicité en faveur de la mobilité routière réalisée à l’aide de véhicules à motorisation thermique d’accompagner celle-ci d’un message en faveur des mobilités actives.

Il vise à inciter les personnes à se tourner vers des modes de transports actifs qui ont le double avantage d’être sans conséquence pour l’environnement et d’améliorer la santé en luttant contre la sédentarité. L’ANSES recommande aux adultes de pratiquer au moins 30 minutes d’activité physique développant l’aptitude cardio-respiratoire d’intensité modérée à élevée, au moins 5 jours par semaine, en évitant de rester 2 jours consécutifs sans pratiquer. Pour les enfants et adolescents de 6 à 17 ans, il est recommandé de pratiquer au moins 60 minutes par jour d’activité physique d’intensité modérée à élevée. Cette proposition rejoint celle de Santé Publique France qui prévoit en 2019 de véhiculer un message simple incitant à « pratiquer des activités physiques dynamiques pendant au moins 30 minutes par jour ». Les déplacements actifs et notamment à vélo permettraient d’atteindre cet objectif.

La Commission du développement durable de l’Assemblée nationale a adopté l’amendement en permettant les messages promotionnels en faveur des mobilités partagées.

Cependant, les mobilités partagées, bien que bénéfiques pour l’environnement, n’ont aucun effet en matière de santé publique et de lutte contre la sédentarité. Or, le présent projet de loi, à travers la modification de l’article L. 1111-1 du code des transports, met en avant les mobilités actives en ce qu’elles permettent justement de lutter contre la sédentarité. En conséquence, dans un souci de cohérence avec l’esprit du texte, la référence aux mobilités partagées devra être supprimée.