

ASSEMBLÉE NATIONALE

8 novembre 2019

PLF POUR 2020 - (N° 2272)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° II-2482

présenté par

M. Orphelin, M. Clément, Mme Dubié, Mme Frédérique Dumas, M. El Guerrab, M. Pancher,
Mme Pinel et M. Pupponi

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 72, insérer l'article suivant:**

I. – Une taxe générale sur les activités polluantes, due par les personnes physiques et morales qui importent ou vendent des produits promotionnels à usage unique contenant le nom et logo d'une marque, destinés principalement à faire la promotion de celle-ci, et distribués à titre gratuit au consommateur final, est instaurée à compter du 1^{er} janvier 2021.

II. – Cette taxe s'élève à 0,5 centimes d'euros par unité de produit.

III. – Les conditions d'application de cette taxe sont définies par décret.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à instaurer une taxe générale sur les activités polluantes (TGAP) pour les objets publicitaires à usage unique (« goodies »), afin de renchérir le coût de ces objets et donc d'inciter les entreprises à rationaliser leur usage en recourant à des alternatives moins consommatrices en ressources. Le paiement de cette taxe s'effectue en fonction du nombre d'unités importées ou vendues aux entreprises par les grossistes, et s'élève à 5 centimes d'euros/unités.

Principalement fabriqués à partir de matière plastique, les objets publicitaires ont souvent une durée de vie très courte et sont peu recyclés (même pour ceux qui sont officiellement couverts par une filière REP). La production importante d'objets promotionnels à bas coût participe ainsi à l'épuisement des ressources. Par ailleurs, ces objets sont majoritairement fabriqués hors de France (70 % fabriqués en Asie, 30 % en Turquie ou Europe de l'Est). Le marché des objets publicitaires en France est de l'ordre de 1,4 milliards d'euros et se développe fortement. La production de ces objets n'a pourtant pas d'utilité sociale et un renchérissement de leur coût n'aurait pas d'impact sur

le consommateur final qui se voit distribuer ces produits à titre gratuit, sans les avoir sollicités. La récente polémique autour des nombreux goodies (13 millions de goodies distribués lors de l'édition 2019) distribués lors du Tour de France démontre que cette pratique est de plus en plus choquante pour le citoyen, qui aspire à un peu plus de rationalité dans le domaine comme l'ont signé de nombreux députés dans une tribune de juillet 2019. Des alternatives moins impactantes pour l'environnement (présence physique lors d'événements, vente de produits logotés de bonne qualité) existent pour les entreprises et organisations désireuses de faire la promotion de leur marque.

Cet amendement est issu d'une proposition de l'association Zero Waste France.