

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

22 octobre 2019

PLF POUR 2020 - (N° 2272)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° II-46

présenté par

M. Thiébaud, Mme Pompili, Mme Tuffnell, Mme Brocard, Mme Pascale Boyer, Mme Krimi,  
Mme Janvier et M. Alauzet

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 48, 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 est instaurée, 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. Cette taxe s'élève à 0,5 centime d'euros par unité de produit.

II. – Les conditions d'application du présent article sont fixées par décret.

III. – Le présent article entre en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2021.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Principalement fabriqués à partir de matière plastique, les objets publicitaires (« goodies ») ont souvent une durée de vie limitée 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 ne sont pour l'immense majorité pas fabriqués en 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 milliard d'Euros et est en fort développement. 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 propose donc d'introduire une TGAP sur les objets publicitaires, afin de renchérir le coût de ces objets et donc d'inciter les entreprises à en rationaliser l'usage, et à avoir recours à des alternatives moins impactantes pour faire la promotion de leur marque. Le paiement de cette taxe ou redevance s'effectuerait en fonction du nombre d'unités importées ou vendues aux entreprises par les grossistes et pourrait s'élever à 5 centimes d'euros/unités.

Cet amendement a été travaillé avec l'association Zero Waste France.