

ASSEMBLÉE NATIONALE

19 novembre 2019

RELATIF À LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE - (N° 2274)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CD430

présenté par

M. Orphelin, M. Acquaviva, M. Castellani, M. Colombani, Mme Dubié, Mme Frédérique Dumas, M. El Guerrab, M. Falorni, Mme Josso, M. François-Michel Lambert, M. Pancher, Mme Pinel, M. Pupponi, M. Damien Adam, M. Alauzet, Mme Bagarry, M. Balanant, Mme Chapelier, Mme Charrière, Mme De Temmerman, M. Dufrègne, M. Juanico, Mme Khedher, Mme Mörch, Mme Sarles, Mme Untermaier, M. Villani, Mme Wonner, M. Potier, Mme Trisse, Mme Sage et M. Chiche

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 5 BIS, insérer l'article suivant:

I. – Après l'article L. 541-15-6-1 du code de l'environnement, il est inséré l'article suivant :

« Article L. 541-15-6-2.– Les annonceurs diffusant des publicités en faveur de produits non-alimentaires, réalisant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 10 millions d'euros sur le territoire national, contribuent à hauteur de 1 % de leur budget publicitaire annuel à un fonds dédié à la promotion de la consommation durable et à l'éducation à celle-ci.

« Un décret en Conseil d'État fixe les modalités d'application du présent article. Il fixe notamment les modalités de gestion de ce fonds par les représentants des professionnels de la publicité, et précise la définition de la consommation durable, consistant notamment en l'allongement de la durée de vie des produits et la lutte contre la surconsommation, en vue de limiter la consommation de ressources naturelles, de lutter contre le changement climatique et la perte de biodiversité, dans le respect des objectifs de la Charte de l'environnement. »

II. – En conséquence, à la section 3 du chapitre I^{er} du titre IV du livre V de la partie législative du code de l'environnement, la sous-section 1 *bis* est ainsi renommée :

« Sous-section 1 *bis* : Lutte contre le gaspillage »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à lutter contre le gaspillage par la promotion de la consommation durable et l'éducation à celle-ci, en établissant le cadre d'un mécanisme autonome de soutien à cette promotion, financé et géré par les annonceurs publicitaires.

Ces mesures de promotion et d'éducation pour une consommation durable seront financées par un fonds dédié, entièrement alimenté par une contribution des annonceurs publicitaires, à hauteur de 1 % de leur budget publicitaire, à l'image de ce qui est pratiqué dans le secteur alimentaire (cf. article L. 2133-1 du code de la santé publique). Les modalités de gestion du fonds et de mise en oeuvre des projets ainsi financés par les acteurs privés tout en assurant une vigilance de l'État quant au fonctionnement vertueux du système seront définies par décret.

La création de ce fonds permettra de responsabiliser les acteurs du secteur de la publicité en les impliquant dans la promotion de la consommation durable, tout en les laissant libres des modalités de cette promotion, sous le contrôle de l'État quant à la définition de la consommation durable.

Cet amendement a été retravaillé à partir d'une proposition de l'organisation Halte à l'obsolescence programmée (HOP).