

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 décembre 2019

RELATIF À LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE - (N° 2454)

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

Non soutenu

AMENDEMENT

N° 1693

présenté par

M. Lurton, M. de Ganay, M. Kamardine, Mme Corneloup, M. Bazin et M. Dive

ARTICLE 5 BIS D

Rédiger ainsi cet article :

« Au 1^{er} janvier 2021, la distribution directe à domicile d'imprimés publicitaires et catalogues papiers non adressés est interdite dès lors que l'autorisation de les recevoir n'est pas expressément affichée par l'apposition, sur le dispositif destiné à la réception du courrier, d'une mention visible indiquant cette autorisation.

« Le non-respect de cette interdiction est passible d'une amende dont le montant est fixé par un décret en Conseil d'État. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Chaque année, environ 18 milliards d'imprimés transitent dans nos boîtes aux lettres, soit 800

000 tonnes de papier, et une moyenne de 30 kg annuel par foyer.

La fabrication, la distribution, le ramassage et le recyclage de ces imprimés représentent un coût considérable à plusieurs égards :

- Pour l'environnement : la fabrication de papier est très consommatrice d'eau et d'énergie. L'impact GES d'une tonne de papier peut être estimé à environ une tonne de CO₂.
- Pour la collectivité : la publicité engendre un coût important de collecte et de traitement de ces déchets.

- Pour les citoyens : en particulier en milieu urbain où ces imprimés sont souvent rejetés sur la voie publique.

Afin de limiter la distribution de tracts et de prospectus publicitaires dans les boîtes aux lettres ainsi que les déchets générés, cet amendement propose d'inverser l'esprit du dispositif « Stop pub ». En interdisant la distribution directe à domicile d'imprimés papiers non adressés dès lors que l'autorisation de les recevoir n'est pas expressément affichée par l'apposition, sur le dispositif destiné à la réception du courrier, d'une mention visible indiquant cette autorisation.

Avec un nouveau dispositif « pub acceptée », les clients qui le souhaitent continueraient à recevoir de la publicité sans générer de gaspillage et mécontenter les citoyens qui ne souhaitent pas recevoir de publicité.