

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

22 février 2020

---

**SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)**

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° AC280

présenté par

M. Pancher, M. Castellani, M. Clément, M. Colombani, M. Charles de Courson, Mme Dubié,  
Mme Frédérique Dumas, M. El Guerrab, M. Favennec Becot, Mme Josso, M. Lassalle, M. Molac,  
M. Orphelin, Mme Pinel et M. Philippe Vigier

-----

**ARTICLE 54**

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« L'Autorité de régulation développe également des codes de bonne conduite visant à ce que l'exposition du public ou des usagers aux communications commerciales audiovisuelles soient conformes à la Charte de l'environnement. L'autorité rend compte dans son rapport annuel des codes de bonne conduite adoptés dans ce domaine. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Il convient de tout faire pour changer nos modes de consommation afin de préserver notre planète et il est urgent d'agir. La publicité ne saurait faire obstacle à ce principe, voire l'entraver. La Charte de l'environnement est un texte de valeur constitutionnelle. Elle a été intégrée en 2005 dans le bloc de constitutionnalité du droit français, reconnaissant les droits et les devoirs fondamentaux relatifs à la protection de l'environnement. Elle introduit notamment dans la Constitution trois grands principes : le principe de prévention, le principe de précaution, et le principe de pollueur. La publicité ne saurait s'opposer à ces grands principes et il convient donc que l'Autorité de régulation puisse contribuer à développer des bonnes conduites dans ce domaine.