

ASSEMBLÉE NATIONALE

26 septembre 2020

PUBLICITÉ AU SERVICE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE - (N° 3289)

Rejeté

AMENDEMENT

N° CD19

présenté par

M. Julien-Laferrière, Mme Bagarry, Mme Cariou, Mme Chapelier, M. Chiche, Mme Yolaine de Courson, Mme De Temmerman, Mme Forteza, Mme Gaillot, M. Nadot, M. Orphelin, rapporteur
M. Taché, Mme Tuffnell et M. Villani

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 2, insérer l'article suivant:**

Le chapitre I^{er} du titre II du livre I^{er} du code de la consommation est complété par une section 13 ainsi rédigée :

« *Section 13*

« *Publicité contraire aux objectifs de protection de l'environnement*

« *Art. L. 121-24. – I. – Est interdite toute forme de publicité qui incite directement ou indirectement à la surconsommation.*

« *II. – Est interdite toute forme de publicité qui incite directement ou indirectement à la mise au rebut d'un produit encore fonctionnel, le caractère fonctionnel étant apprécié au regard de la fonction principale du produit.*

« *III. – Est interdite toute forme de publicité qui évoque ou représente des comportements contraires à la protection de l'environnement.*

« *IV. – Les modalités d'application du I et du II sont définies par voie réglementaire, par référence à la Charte de l'environnement et aux principes généraux du code de l'environnement, après consultation du Conseil national de la transition écologique mentionné à l'article L. 133-1 du code de l'environnement, du Conseil national de la consommation et de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité. »*

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet article additionnel vise à encadrer la publicité incitant à la surconsommation, à la mise au rebut d'un produit encore fonctionnel ainsi que la publicité évoquant des comportements contraires à la

protection de l'environnement. Il vise ainsi à inscrire dans la loi certains éléments du point 1.1 de la dernière recommandation « Développement durable » de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP).

Le dispositif d'autorégulation de la publicité créé en 1935, puis mis à jour en 2008 avec la mise en place de nouvelles instances dont le Jury de déontologie publicitaire à la suite du Grenelle de l'Environnement, qui repose principalement sur l'autodiscipline des acteurs et ayant pour mission d' « œuvrer en faveur d'une publicité loyale, véridique, saine et respectueuse » ne satisfait pas pleinement la demande pressante des citoyens d'encadrer davantage la publicité eu égard aux enjeux environnementaux. Si les juristes qui travaillent au sein de l'ARPP accompagnent les annonceurs et les agences et veillent à la bonne application de ces règles, certaines publicités qui incitent à la surconsommation ne sont pas soumises à l'avis de l'ARPP – car pas assez précises – ou ont parfois été jugées conformes aux règles déontologiques a posteriori par le Jury de déontologie publicitaire, via des décisions contestées en faveur de publicités controversées, provoquant le scandale (voir par exemple le communiqué de presse de l'ADEME après l'affaire C Discount). Lorsque des publicités sont condamnées par le JDP, la seule sanction consiste en un affichage sur le site du JDP, ayant peu d'échos que ce soit chez les publicitaires, les annonceurs ou les citoyens. De nombreux messages publicitaires échappent en outre au contrôle de l'ARPP (outils marketing et contenus publiés sur les sites web des marques par exemple).

Le contrôle a posteriori des campagnes et l'absence de réel mécanisme de sanction confirment la nécessité d'un encadrement législatif.

Le dispositif proposé permet d'affirmer pleinement l'importance du rôle de la publicité dans la transition écologique et rejoint les attentes des consommateurs, alors que 36 % d'entre eux affirment désirer « consommer moins » et 20 % « autant mais mieux », et que 88 % des Français considèrent que les entreprises incitent à la surconsommation. Ce mécanisme répond en outre à la demande des citoyens réunis dans la Convention Citoyenne pour le Climat ayant identifié la publicité comme l'un des sujets-clés pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, et fait figurer parmi leurs mesures un encadrement fort de cette dernière.