

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 septembre 2020

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

Rejeté

AMENDEMENT**N ° CD5**

présenté par

M. Prud'homme, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud,
M. Larive, M. Mélenchon, Mme Taurine, Mme Obono, Mme Panot, M. Quatennens, M. Ratenon,
Mme Ressiguiier, Mme Rubin et M. Ruffin

ARTICLE 3

Rédiger ainsi cet article :

« Le I de l'article L. 581-4 du code de l'environnement est complété par deux alinéas ainsi rédigés :

« 5° Lorsqu'elle est numérique ou lumineuse ;

« 6° Dans les gares, aéroports et stations de transports publics de personnes lorsqu'elle constitue une publicité commerciale au sens de l'article L. 581-3 du présent code. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Chaque jour, une personne verrait entre 1 200 et 2 200 messages publicitaires et subirait 15 000 stimuli commerciaux. Cette stimulation perpétuelle et cet accaparement de notre temps de cerveau disponible n'est plus tenable d'autant plus que les publicités numériques et lumineuses sont conçues pour attirer le regard du citoyen et le détourner vers une promotion d'articles ne répondant pas à des besoins réels mais le poussant à l'accumulation infinie et inutile de marchandises. Les publicités en question sont dans la majorité des cas des publicités pour des objets polluants (bouteille d'eau en plastique jetable, malbouffe, vols aériens, high-tech à l'obsolescence programmée). Ces supports publicitaires aguicheurs sont souvent destinés à un public jeune, perméable à ces messages commerciaux nous faisant confondre besoin réel et simulacre de besoin créé de toute pièce par les marques. Ces écrans publicitaires sont aussi par nature bien trop polluants via leur conception avec des matériaux rares, non-recyclables, rapidement obsolètes ainsi que par leur consommation d'énergie importante. Nous considérons que l'interdiction des publicités numériques et lumineuses est cruciale dans la lutte contre le consumérisme, déraisonné au regard des enjeux écologiques auxquels nous devons faire face, ainsi que pour arrêter la promotion de produits mettant en danger la santé des populations.