

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 mai 2021

VISANT À RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU NUMÉRIQUE EN
FRANCE - (N° 3730)

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° CD74

présenté par

M. Orphelin, Mme Bagarry, Mme Forteza, Mme Gaillot, M. Villani et Mme Cariou

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 14 BIS, insérer l'article suivant:**

Après le cinquième alinéa de l'article L. 581-4 du code de l'environnement, il est inséré un *I bis* ainsi rédigé :

« *I bis.* – À compter du 1^{er} janvier 2025, toute publicité lumineuse numérique est interdite en agglomération et en dehors des agglomérations sur les voies ouvertes à la circulation publique ainsi que dans les aéroports, dans les gares ferroviaires et routières ainsi que dans les stations et aux arrêts de transports en commun de personnes.

« Par dérogation à l'article L. 581-2, l'interdiction s'applique également aux publicités situées à l'intérieur d'un local lorsque leur emplacement les rend visibles depuis la voie publique.

« L'interdiction ne s'applique pas aux dispositifs destinés exclusivement aux informations d'intérêt général à caractère national ou local dont la liste est définie par décret, sous réserve du respect des dispositions du présent article et de l'article L. 581-8. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à **interdire les écrans vidéo publicitaires**, dénommés publicités numériques dans le code de l'environnement.

Le déploiement dans l'espace public des écrans publicitaires numériques est exponentiel, aussi bien dans les rues que les vitrines des commerces ou les gares. Leur nombre a augmenté de 40% entre 2017 et 2019. Ces écrans constituent pourtant une source de dépenses énergétiques non nécessaire, dans une période où la France a pour objectif une forte réduction de sa consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre associées. Un écran de 2m² consomme au moins 2000 KWh/an, soit la consommation moyenne d'un couple avec enfant. Sur l'ensemble de leur cycle de vie (10 ans), ces écrans vidéos publicitaires émettent 2 000 kg en équivalent CO2 soit l'équivalent d'un vol aller pour San Francisco.

Comme l'ont relevé nos collègues sénateurs du groupe Ecologiste Solidarité et Territoires, **ces dispositifs publicitaires énergivores sont qualifiés de « superflus » et « non-prioritaires » par le Réseau de Transport Électrique (RTE)** dans son bilan électrique annuel de novembre 2019. RTE recommande à minima d'éteindre ces écrans l'hiver, quand les besoins en électricité des foyers français sont les plus élevés. 704 □ écrans numériques ont déjà été installés à Paris dans le métro et le renouvellement du marché des emplacements publicitaires du métro parisien prévoit un investissement de soixante millions d'euros. □ À Lyon, une centaine d'écrans publicitaires numériques sont apparus progressivement dans les stations du métro depuis deux ans. □ □ À Rennes, alors que trente doubles panneaux numériques ont déjà été installés dans la ville, quarante autres vont être implantés dans le métro.

Ces panneaux contribuent enfin à la surexposition aux écrans qui engendre fatigue et surcharge cognitive, et est particulièrement nocive pour les enfants, chez qui le lien avec **les troubles de l'attention et du langage est démontré**, [comme l'explique par exemple le chercheur Mehdi Khamassi](#).