

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

RETIRÉ AVANT DISCUSSION**AMENDEMENT**

N° 2488

présenté par

M. Venteau, M. Damaisin, Mme Brulebois, Mme Gipson, M. Fiévet et M. Moreau

ARTICLE 9

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

La publicité papier est déjà fortement encadrée, notamment par l'article 46 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, qui renforce le dispositif « Stop Pub », et dont les textes d'application n'ont pas encore été publiés. Pendant les débats parlementaires, de nombreux amendements proposant des mesures alternatives au Stop-Pub ont été examinés et rejetés par les parlementaires.

Une étude de l'ADEME réalisée en 2020 indique que le « Stop Pub » est le dispositif pertinent pour les citoyens qui souhaitent choisir leur exposition à la publicité. Même à titre expérimental, la réduction de l'utilisation d'imprimé publicitaire porterait donc un préjudice injustifié aux 60 000 emplois que compte cette filière, dont beaucoup sont des emplois d'insertion.

Ce préjudice serait également ressenti par une population de consommateurs dont le pouvoir d'achat est contraint.

Enfin, sur le plan environnemental, une restriction d'usage de l'imprimé publicitaire ne réduira pas la publicité, mais conduira à un report de celle-ci vers des supports numériques. Une étude réalisée par le groupe La Poste et publiée en septembre 2020 a établi que des campagnes numériques de publicité ont plus d'impact que des campagnes papier équivalentes, pour 15 indicateurs environnementaux sur 16 étudiés, dont le changement climatique.

Cet amendement a été élaboré en relation avec COPACEL.