

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 2749

présenté par

M. Orphelin, Mme Bagarry, Mme Cariou, Mme Chapelier, Mme Forteza, M. Julien-Laferrière,
Mme Gaillot, Mme Valérie Petit, Mme Sage et M. Villani

ARTICLE 9

Compléter l'alinéa 2 par la phrase suivante :

« Si l'évaluation fait état d'une réduction effective de la distribution des imprimés publicitaires, ce rapport présente les modalités d'une généralisation de l'interdiction à l'ensemble du territoire national, notamment en ce qui concerne l'accompagnement des personnes et entreprises dont l'emploi et l'activité seraient affectés par cette généralisation. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à renforcer l'expérimentation prévue par le projet de loi en y ajoutant un horizon de généralisation du Oui pub à l'issue de l'expérimentation, si celle-ci s'avère concluante.

Malgré le contexte actuel de baisse globale de l'utilisation du papier, la distribution de prospectus publicitaires non adressés chez les particuliers ne faiblit pas. Or l'impact environnemental de cette distribution est considérable. Même dans le cas où l'objectif fixé par la loi de 65 % de papier recyclé serait atteint en 2022, l'UFC-Que Choisir estime que ce seraient encore 285 000 tonnes de déchets papiers par an qui viendraient à être incinérées ou enfouies.

Par ailleurs, le refus de la publicité non-adressée se généralise parmi les consommateurs, à tel point que 70 % des 1 000 personnes interrogées par l'Ademe se déclarent ouvertes à ce qu'un système inverse au Stop Pub, à savoir un dispositif « Oui Pub », soit testé et appliqué dans leur ville.

L'expérimentation du Oui pub représente une avancée notable vers la réduction du gaspillage publicitaire, mais il convient de prévoir dès aujourd'hui la perspective d'une généralisation de cette interdiction dans le cas où l'expérimentation serait concluante.

Il a été retravaillé à partir d'une proposition de Zero Waste France et d'UFC-Que Choisir.