

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 février 2021

---

**LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)**

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° 285

présenté par

M. Vialay, Mme Bazin-Malgras, Mme Anthoine, Mme Corneloup, Mme Audibert, M. Jean-Claude Bouchet, Mme Boëlle, M. Meyer, Mme Bassire, M. Emmanuel Maquet, M. Perrut, M. Bouley, M. Therry, M. Benassaya et Mme Serre

-----

**ARTICLE 9**

Compléter l'alinéa 2 par la phrase suivante : « Si cette évaluation fait état d'une réduction effective de la distribution des imprimés publicitaires, le rapport correspondant présente les modalités de pérennisation de cette interdiction et de son extension à l'ensemble du territoire national. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

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 demeure considérable, tant en termes de gaspillage de ressources que de production de déchets papiers à la fin de vie plus ou moins polluante. Ainsi, 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.

En ce sens, si l'expérimentation de l'interdiction de la distribution à domicile de publicité non adressée, sans autorisation expresse de la recevoir, représente indéniablement une première avancée notable vers la réduction du gaspillage publicitaire, il convient cependant de prévoir dès aujourd'hui la perspective d'une généralisation de cette interdiction : c'est tout le sens du présent amendement.

Cet amendement a été travaillé avec l'ONG Zero Waste France et l'association de consommateurs UFC-Que Choisir.