

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Retiré

AMENDEMENT

N ° 3725

présenté par

M. Thiébaut et Mme Galliard-Minier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 10, insérer l'article suivant:**

Au plus tard le 1^{er} janvier 2022, il est mis fin à la mise à disposition, à titre gratuit, d'objets promotionnels et publicitaires non écologiques .

EXPOSÉ SOMMAIRE

Principalement fabriqués à partir de matière plastique, les objets publicitaires (« goodies ») ont souvent une durée de vie limitée et sont peu recyclés (même pour ceux qui sont officiellement couverts par une filière REP). La production importante d'objets promotionnels à bas coût participe ainsi à l'épuisement des ressources. Par ailleurs, ces objets ne sont pour l'immense majorité pas fabriqués en France (70 % fabriqués en Asie, 30 % en Turquie ou Europe de l'Est). Le marché des objets publicitaires en France est de l'ordre de 1,4 milliard d'Euros et est en fort développement. La production de ces objets n'a pourtant pas d'utilité sociale et un renchérissement de leur coût n'aurait pas d'impact sur le consommateur final qui se voit distribuer ces produits à titre gratuit, sans les avoir sollicités. La récente polémique autour des nombreux goodies (13 millions de goodies distribués lors de l'édition 2019) distribués lors du Tour de France démontre que cette pratique est de plus en plus choquante pour le citoyen, qui aspire à un peu plus de rationalité dans le domaine comme l'ont signé de nombreux députés dans une tribune de juillet 2019.

Des alternatives moins impactantes pour l'environnement (présence physique lors d'événements, vente de produits logotés de bonne qualité) existent pour les entreprises et organisations désireuses de faire la promotion de leur marque.