

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° 4312

présenté par

M. Kasbarian, Mme Beaudouin-Hubiere, M. Potterie, Mme Le Meur, Mme O'Petit, M. Leclabart,  
Mme Hérin, M. Girardin, Mme Melchior, M. Batut et M. Besson-Moreau

-----

**ARTICLE 9**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à supprimer cet article.

Comme l'a rappelé la CFDT, « Une telle mesure nécessite de construire une trajectoire avec les acteurs de la filière (plus de 40 000 emplois) et d'éviter des transferts vers les GAFAM. ». Ce sont en effet des milliers d'emplois qui sont à risque avec cet article, aussi bien dans les imprimeries qu'auprès des acteurs de la distribution d'imprimés publicitaires. Cette mesure aurait également des conséquences importantes sur les TPE/PME locales qui communiquent beaucoup par le biais des imprimés papiers, le plus souvent issus du recyclage. Ce ne sont pas les plateformes en ligne qui communiquent à travers des imprimés publicitaires, mais des commerçants, artisans, entreprises locales dans nos circonscriptions. Ce sont ces acteurs locaux qui souffriront de plein fouet la fin de ce canal de communication important pour leur activité.

Avant d'envisager une telle expérimentation, il convient de laisser le renforcement du Stop-Pub, introduit par loi AGECE et entré en vigueur le 1er janvier 2021, porter pleinement ses effets. Cette même loi AGECE prévoit par ailleurs d'autres dispositions sur les imprimés publicitaires d'ici 2023, telles que l'obligation de recourir à un papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement et l'interdiction d'utiliser des encres à base d'huiles minérales. Le Syndicat de la Distribution Directe a d'ailleurs mobilisé d'importantes ressources humaines et financières pour contribuer aux ambitions du législateur, notamment pour la création d'un référentiel de certification sur le respect du Stop-Pub élaboré avec l'AFNOR et le développement d'une plateforme citoyenne numérique de signalement des situations de non-respect d'un Stop-Pub. Ce même syndicat s'est également engagé dans le Plan d'Actions Volontaire de renforcement du Stop-Pub porté par l'ADEME et soutenu par diverses parties prenantes.

L'impact de cet article sur les émissions de GES est très faible. Comme le démontre l'étude du BCG, le poids des déchets représente 3,4% dans les émissions de GES. Or le papier, le carton et le

cuir ne représentent que 11% de ces déchets émetteurs de GES. La suppression des imprimés publicitaires ne représenterait donc qu'une infime part des émissions des GES des déchets, qui sont eux-mêmes minoritaires parmi les diverses sources d'émission des GES.

Pire, restreindre la publicité papier pourrait entraîner un report de la publicité vers des médias plus polluants. Une étude environnementale réalisée par le cabinet Quantis pour La Poste et MEDIAPOST a modélisé les pratiques actuelles des différents supports publicitaires. Cette étude démontre, chiffres éprouvés à l'appui, que des campagnes d'imprimés publicitaires sont plus vertueuses d'un point de vue environnemental que des campagnes digitales équivalentes. A titre d'exemple, le prospectus d'une chaîne de restauration a un impact climatique 3 fois moindre qu'une campagne vidéo diffusée sur les réseaux sociaux. Une campagne de catalogues d'une enseigne de la grande distribution est 2,2 fois moins impactante sur le changement climatique qu'une campagne digitale alternative.

Pour toutes ces raisons, cet amendement vise à supprimer cet article qui conduirait à la fin de la distribution d'imprimés publicitaires ; aurait des conséquences économiques, sociales et territoriales majeures ; alors que l'impact dans la lutte contre le dérèglement climatique n'est pas démontré ; et que la réglementation vient tout juste d'évoluer avec la loi AGEC.