

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 4671

présenté par

Mme Calvez, M. Alauzet, Mme Galliard-Minier, Mme Riotton, Mme Sarles, Mme Charrière, M. Gouffier-Cha, Mme Racon-Bouzon, M. Raphan, Mme Tiegna, Mme Meynier-Millefert, M. Templier, Mme Zitouni, M. Fugit, Mme Dupont, M. Kerlogot, M. Le Bohec, Mme Rossi, Mme Dubost, M. Colas-Roy, M. Perea, M. Delpon, Mme Toutut-Picard, M. Buchou, Mme Charvier, Mme Panonacle, M. Haury, M. Baichère, Mme Thourot, M. Bois, M. Anglade, Mme Le Peih, Mme Atger, Mme Claire Bouchet, Mme Delpirou, Mme Romeiro Dias, Mme Pitollat, Mme Lenne, M. Testé, Mme Provendier, Mme Krimi, Mme Rilhac, Mme Kerbarh, Mme Hérin, Mme Clapot, Mme Colboc, Mme Khedher, Mme Petel, M. Rupin, M. Daniel, Mme Silin, Mme Vanceunebrock et Mme Bureau-Bonnard

**ARTICLE 4**

I. – Après l’alinéa 4, insérer l’alinéa suivant :

« Art. 581-25-1. – I A. – La publicité de biens ou de services est conditionnée à un score environnemental multicritère dont le référentiel est établi au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2026. Au terme de la trajectoire d’application de cette mesure, qui est à définir par décret en Conseil d’État, la publicité pour les biens et services ayant un impact jugé excessif sur l’environnement est interdite. Un rapport d’évaluation de cette mesure est remis au Parlement chaque année à compter de la date de promulgation de la loi n° ... du ... portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets. »

II. – En conséquence, au début de l’alinéa 5, supprimer la référence :

« Art. 581-25-1. – ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

La régulation de la publicité des produits les plus polluants ou nocifs pour l’environnement est une mesure phare de la Convention Citoyenne pour le Climat. La publicité doit être un des principaux leviers à actionner pour assurer la transition écologique, car elle joue un rôle majeur dans notre société et nos schémas de consommation. Il est proposé qu’un score environnemental soit défini et qu’il conditionne la possibilité de recourir à la promotion des biens ou services. Le Score Carbone développé aujourd’hui par plusieurs structures (ADEME, Greenpeace, Karbone, MicMac) doit être une composante intégrale de ce score environnemental, qui pourra être enrichi par d’autres critères,

notamment le respect de la biodiversité, l'analyse du cycle de vie et la gestion de la consommation d'eau. Il est proposé d'établir un référentiel d'ici 2026, pour coïncider avec la période d'expérimentation de l'affichage environnemental prévu à l'article 1<sup>er</sup> de la présente loi.

Ce dispositif, parfois appelé une « loi Evin pour le climat », est un engagement fort à la fois envers l'écologie et la meilleure information des consommateurs. En effet, une interdiction de la publicité des produits les plus polluants permettra de réorienter la consommation sur des produits plus vertueux sur le plan climatique. Par ailleurs, cette mesure est un gage de confiance envers le travail de la Convention Citoyenne pour le Climat et la démocratie participative.

La trajectoire d'application de cette mesure, qui sera définie par décret en Conseil d'État, fera l'objet d'une concertation avec les parties prenantes, notamment les publicitaires, médias et annonceurs, pour permettre la transition de ces secteurs. Cette mesure fera l'objet d'un suivi régulier au Parlement, pour s'assurer de l'efficacité de la mesure dans la réduction des gaz à effets de serre, dans le cadre du respect des engagements de la France dans l'Accord de Paris.