

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

24 mars 2021

**LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)**

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 2135

présenté par

Mme Kuster, Mme Audibert, Mme Bazin-Malgras, Mme Boëlle, Mme Bonnivard, M. Brun, M. Cinieri, M. de Ganay, M. Lorion, Mme Louwagie, M. Pauget, M. Perrut, Mme Poletti, M. Quentin, M. Saddier, M. Vatin, M. Vialay et M. Viry

-----

**ARTICLE 9**

Après la première phrase de l'alinéa 1, insérer les deux phrases suivantes :

« Cette expérimentation prévoit également l'interdiction de distribuer sur la voie publique et les pare-brise des véhicules des imprimés à caractère commercial. Les contrevenants s'exposent à une amende de 3 750 euros. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

La diffusion d'imprimés à caractère commercial – qu'il faut d'entrée distinguer des journaux quotidiens gratuits, des magazines d'informations locales, ou encore des tracts à dimension politique ou d'intérêt général – sur la voie publique n'implique ni déclaration ni demande d'autorisation préalables.

Pour s'y opposer, l'autorité de police municipale doit prouver l'existence d'un risque de trouble à l'ordre public. D'autre part, une jurisprudence constante montre que les atteintes à la salubrité ou à l'esthétique publique ne suffisent à justifier l'interdiction. La plupart des arrêtés municipaux en ce sens sont donc, de facto, condamnés à l'illégalité.

Paris fait figure d'exception puisque la distribution d'imprimés est prohibée sur certaines voies et sites touristiques (place de l'Étoile, avenue des Champs-Élysées, grands boulevards, etc.), mais là encore le juge administratif veille à ce que l'interdiction ne revête pas un caractère général et absolu.

Pourtant, 800 000 tonnes de papier et 20 milliards d'imprimés dits « sans adresse » sont distribués chaque année dans la rue, sur les pare-brise de nos voitures, et dans nos boîtes aux lettres. Et le

phénomène ne faiblit pas alors même que plusieurs études démontrent l'opposition des Français à l'égard d'un format publicitaire qu'ils jugent à raison anti-écologique et contreproductif (le taux de lecture n'excède pas 13 %).

Il n'est pas tolérable, à l'heure où la réduction des déchets est érigée comme une priorité et où la publicité numérique est en plein essor, d'autoriser plus longtemps une pratique qui nuit à l'environnement, dégrade l'espace public et suscite l'indifférence voire l'hostilité des consommateurs.

Cet amendement vise donc à intégrer l'interdiction expérimentale de la distribution d'imprimés commerciaux sur la voie publique et sur les pare-brise des voitures. De même, en l'état, ce projet de loi ne prévoit aucune sanction pour les contrevenants. Aussi, l'amendement instaure également une amende de 3 750€ encas de violation de l'interdiction.