

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

24 mars 2021

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

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° 3143

présenté par  
M. Terlier et Mme Boyer

-----

**ARTICLE 9**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

L'article 9 introduit une expérimentation du « Oui-Pub ». Est-il nécessaire de revenir sur un sujet que la loi relative à l'anti-gaspillage et pour l'économie circulaire (AGEC) a récemment tranché ?

Aujourd'hui, le "Stop Pub" est connu par les Français, il est efficace. Depuis le 1er janvier 2021, le non-respect du "Stop Pub" implique des sanctions (article 46, loi AGEC). Ce dispositif correspond aux attentes de nos concitoyens comme l'a montré la dernière étude de l'ADEME.

D'ailleurs il est un outil aussi de gestion pour de nombreux ménages : l'imprimé publicitaire peut être apprécié car il rend service aux ménages. Aux ménages modestes et moyens, qui, souvent à l'écart des métropoles, gèrent leur caddie "à 1€ près". Cette France qui garde les bons d'achat, qui fait ses courses avec les prospectus à la main, qui profite des promotions : qui lui a demandé son avis ?

Il correspond aussi aux attentes des commerces de proximité pour soutenir leurs activités mises à mal par les aléas de la crise sanitaire.

C'est encore un vecteur d'emplois : près de 60 000 emplois dépendent directement de l'usage de ce média :

- La moitié sont des emplois industriels sur les territoires (imprimeurs, recycleurs, logisticiens). Pour ces entreprises, l'imprimé peut représenter 20 à 40% du CA
- L'autre moitié est occupée par des distributeurs aux profils hétérogènes, pour qui c'est souvent la distribution des « prospectus » ou le RSA. C'est un emploi qui permet de mieux

vivre pour certains, qui représente un complément de revenu significatif (étudiants, retraités, famille monoparentale)

Sur le plan environnemental, le “oui pub“ serait totalement contreproductif :

- · Ce serait favoriser la publicité digitale, celle menée par les GAFAs. C’est partant renforcer des acteurs étrangers, qui n’ont pas d’emploi en France, qui ne paient pas d’impôts en France,
- · Ce serait renforcer une publicité qui représente déjà 52% de la publicité en France

Mais surtout, le papier est à tort considéré trop souvent comme polluant. C’est une matière biosourcée, le plus souvent utilisée comme sous-produit du bois. C’est une matière actuellement recyclée à 70% et recyclable entre 5 à 7 fois. C’est un exemple emblématique d’économie circulaire. D’ailleurs de nombreuses études scientifiques comparatives montrent enfin que l’imprimé présente un bilan environnemental bien plus favorable que le numérique

Cet amendement vise donc à supprimer cet article qui ne porte rien de plus concret et de plus efficace que le « non publicité » qui aujourd’hui est entré dans les esprits, est compris et appliqué efficacement et qui fait la part entre les foyers pour qui cette publicité est utile et nécessaire et l’agacement des autres qui peuvent déjà la « refuser »