

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 mars 2021

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° 4446

présenté par

M. Orphelin, Mme Bagarry, Mme Cariou, Mme Chapelier, Mme Forteza, Mme Gaillot, M. Julien-Laferrière, Mme Valérie Petit, Mme Sage et M. Villani

-----

**ARTICLE 9**

Rédiger ainsi cet article :

« L'article L. 541-15-15 du code de l'environnement est ainsi modifié :

« 1° Au début, est ajoutée la mention : « I. – » ;

« 2° Il est ajouté un II ainsi rédigé :

« II. – À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, la distribution à domicile d'imprimés papiers ou cartonnés à visée commerciale non adressés, lorsque l'autorisation de les recevoir ne fait pas l'objet d'une mention expresse et visible sur la boîte aux lettres ou le réceptacle du courrier, est interdite. La même interdiction s'applique à la distribution au siège social d'une personne morale.

« À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022, le dépôt d'imprimés publicitaires sur les véhicules est interdit.

« Le non-respect de ces interdictions est puni de l'amende prévue pour les contraventions de cinquième classe. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à **mettre fin à la distribution d'imprimés publicitaires dans les boîtes aux lettres**, hormis les cas où une étiquette autorisant cette distribution est apposée sur la boîte, remplaçant ainsi le principe du « Stop pub » par celui du « Oui pub » (ou « opt in »). Il met en œuvre la mesure C.2.2.3 de la Convention Citoyenne pour le Climat.

Malgré le contexte actuel de baisse globale de l'utilisation du papier, la distribution de prospectus publicitaires non adressés chez les particuliers ne faiblit pas. Or son impact environnemental est considérable. Même dans le cas où l'objectif fixé par la loi de 65 % de papier recyclé serait atteint en 2022, l'UFC-Que Choisir estime que ce seraient encore 285 000 tonnes de déchets papiers par an qui viendraient à être incinérées ou enfouies.

Par ailleurs, le refus de la publicité non-adressée se généralise parmi les consommateurs, à tel point que 70 % des 1 000 personnes interrogées par l'Ademe se déclarent ouvertes à ce qu'un système inverse au Stop Pub, à savoir un dispositif « Oui Pub », soit testé et appliqué dans leur ville.

Il est donc proposé de remplacer l'expérimentation territoriale prévue par le projet de loi par une interdiction généralisée, conformément à la proposition de la Convention citoyenne pour le climat consistant à interdire dès à présent le dépôt de toute publicité dans les boîtes aux lettres.

Cet amendement a été enrichi d'éléments transmis par Zero Waste France et l'UFC-Que Choisir.