

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 mars 2021

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 4778

présenté par  
Mme Rabault

-----

**ARTICLE 9**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le 16 février 2021, l'ADEME a rendu publique une étude relative aux « Imprimés publicitaires sans adresse reçus en boîte aux lettres », avec notamment un bilan de « STOP PUB » (<https://www.ademe.fr/imprimés-publicitaires-adresse-bilan-stop-pub>)

L'intérêt de cette étude est qu'elle ne se limite pas aux aspects écologiques, mais qu'elle croise cette dimension avec une vision sociale. L'étude révèle ainsi :

- Que « les porteurs de STOP PUB sont en moyenne plus diplômés que la population française »
- Que « les porteurs de STOP PUB se caractérisent par une part plus forte de cadres supérieurs et de retraités, et une part moindre d'employés et d'inactifs ».
- Que les porteurs de STOP PUB ont des revenus plus élevés que la moyenne nationale : 40% d'entre eux ont plus de 3000€ ou plus, par mois

Cette étude illustre le fait que la relation à « STOP PUB » affiche une corrélation non négligeable à la situation sociale des foyers concernés.

L'article 9 du projet de loi cherche à inverser la logique du « STOP PUB » pour le transformer en « OUI PUB ». En procédant ainsi, et sur la base des conclusions de l'étude de l'ADEME, il risque d'extérioriser les fractures sociales qui sont reflétées aussi dans la relation à la publicité. Certes, l'article du projet de loi propose une expérimentation, ce qui suppose une analyse de l'expérimentation.

Le présent amendement propose néanmoins de supprimer cet article tant qu'un impact à la fois social et économique n'est pas disponible, au regard du nécessaire impératif écologique.