

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 5241

présenté par

Mme Calvez, Mme Riotton, Mme Galliard-Minier, Mme Sarles, Mme Charrière, M. Gouffier-Cha, M. Raphan, Mme Racon-Bouzon, Mme Tiegna, Mme Meynier-Millefert, M. Templier, Mme Zitouni, 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 Rilhac, Mme Krimi, Mme Kerbarh, Mme Hérin, Mme Clapot, Mme Colboc, Mme Khedher, M. Rupin, M. Daniel, Mme Silin, Mme Vanceunebrock, Mme Bureau-Bonnard, Mme Petel et M. Alauzet

ARTICLE 4

I. – Substituer à l’alinéa 5 les deux alinéas suivants :

« *Art. L. 581-25-1.* – I. – La publicité de produits ou de services est régie par un score environnemental, dont le référentiel est établi par l’Agence de la transition écologique et soumis à la validation du Parlement d’ici 2026. À cette occasion, le Parlement fixe les échéances différenciées par secteur et les mécanismes incitatifs et prohibitifs à mettre en place. Ceux-ci entrent intégralement en vigueur au plus tard en 2030.

« Est interdite la publicité sur tous les supports publicitaires pour les produits et services ayant un impact environnemental jugé excessif, déterminé par le dépassement d’un seuil et en comparaison avec les produits et services au sein d’une même catégorie. Les produits ou services dotés d’un score environnemental prouvant leur moindre impact sur l’environnement peuvent se voir accorder des conditions de publicité plus favorables. Les entreprises faisant la promotion de ces produits ou services peuvent bénéficier d’aides publiques spécifiques. Un rapport annuel est remis au Parlement procédant à l’évaluation de cette démarche, dès promulgation de la loi n° du portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets. Dans ce cadre, le rôle de l’Office parlementaire d’évaluation des choix scientifiques et technologiques est primordial pour évaluer la pertinence du référentiel et la justesse des seuils fixés. »

II. –En conséquence, après l’alinéa 5, insérer l’alinéa suivant :

« II. – Est interdite la publicité en faveur de la vente des énergies fossiles. Un décret en Conseil d’État précise la liste des énergies fossiles concernées et les règles applicables aux énergies renouvelables incorporées aux énergies fossiles. »

III. –En conséquence, à l’alinéa 6, substituer à la référence :

« I »,

la référence :

« II ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cette démarche permet de favoriser la production et la consommation des produits et services plus vertueux pour l’environnement et de limiter la production et la consommation des produits et services ayant un impact nocif sur l’environnement.

Le Score Carbone développé aujourd’hui par plusieurs structures (ADEME, Greenpeace, Karbone, MicMac) peut être une composante intégrale de ce Score environnemental, qui pourrait 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^{er} de la présente loi.

Les produits ou services dotés d’un Score environnemental prouvant leur moindre impact sur l’environnement pourront se voir accorder des conditions de publicité plus favorables (espaces réservés, tarifs plus avantageux). Les entreprises faisant la promotion de ces produits ou services pourront bénéficier d’aides publiques spécifiques, d’exonérations de charges sociales ou de fonds de compensation pour accompagner leur transition écologique. Les produits ou services ayant un impact environnemental jugé excessif, déterminé par le dépassement d’un seuil et en comparaison avec les produits et services au sein d’une même catégorie, seront interdits d’accès à la publicité, voire d’autorisation de commercialisation et de production.

La trajectoire d’application de ces mesures incitatives et prohibitives fera l’objet d’une concertation avec les parties prenantes, notamment les publicitaires, médias et annonceurs, pour permettre la transition de ces secteurs. Cet amendement ne vise pas la stigmatisation de certains secteurs, mais la réorientation de nos modes de consommation et de production vers des biens et initiatives vertueux. C’est dans cette logique que sont prévus des mécanismes incitatifs pour promouvoir la transition écologique de toutes les entreprises.

Cette mesure fera l’objet d’un suivi régulier au Parlement, en particulier L’Office parlementaire d’évaluation des choix scientifiques et technologiques (OPECST), dont l’un des domaines de recherche et de travaux concerne l’énergie et l’environnement, pourra accompagner l’ADEME lors de la conception du référentiel du Score. Il fournira également un soutien précieux lors du contrôle annuel effectué par le Parlement.