

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 mars 2021

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 6671

présenté par

M. Prud'homme, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud,  
M. Larive, M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Quatennens, M. Ratenon,  
Mme Ressiguiier, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

-----

**ARTICLE 4**

Substituer aux alinéas 5 à 11 l'alinéa suivant :

« *Art. L. 581-25-1.* – Toute publicité ou action commerciale directe ou indirecte en faveur de l'industrie de l'eau en bouteille plastique jetable est interdite. La distribution gratuite de ces produits est interdite. Cette interdiction s'applique aux produits, aux marques, aux gammes ou aux offres commerciales de cette industrie ainsi qu'au parrainage d'événements sportifs ou culturels destinés au grand public. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à interdire la publicité en faveur des bouteilles en plastique jetables. Cet amendement est conforme à la demande de la Convention Citoyenne d'interdire la publicité en faveur des produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre. Un million de bouteilles en plastique sont produites chaque minute dans le monde. En France, 9,3 milliards de litres d'eau en bouteille plastique jetable ont été bus en 2018. Or, seules 49 % des 25 millions de bouteilles jetées quotidiennement sont recyclées, tandis que les bouteilles en plastique et leurs bouchons font partie des dix déchets les plus fréquemment trouvés sur les plages.

La publicité pour l'eau en bouteille plastique jetable présente l'eau en bouteille comme un produit hygiénique, qui serait adapté aux sportifs, aux nourrissons... alors même que toutes les eaux en bouteilles ne sont pas minérales et que l'eau du robinet offre une consommation accessible à tous. D'autant qu'il existe de nombreux contenants plus durables et réutilisables qui permettent de la conditionner et de la transporter.

Certaines publicités vont même jusqu'à dévaloriser l'eau du robinet, la caricaturant comme objet de dégoût, voire source de contamination. Si l'eau courante est impropre à la consommation, c'est aux gestionnaires de réseau de s'attaquer à la source des problèmes, plutôt que de laisser les vendeurs de plastique s'enrichir !

L'État français a déjà limité la publicité pour des considérations de santé publique ou de sécurité. L'urgence écologique le justifie aujourd'hui.