

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 6673

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

Rédiger ainsi cet article :

« Le chapitre I^{er} du titre II du livre I^{er} du code de la consommation est complété par une section 13 ainsi rédigée :

« Section 13

« Produits à fort impact sur l'environnement et publicité commerciale contraire aux objectifs de bifurcation écologique

« *Art. L. 121-24.* – À compter du 1^{er} janvier 2022 est interdite toute publicité portant sur des véhicules particuliers dont les émissions de dioxyde de carbone sont supérieures à 95 grammes par kilomètre. À compter du 1^{er} janvier 2030 est interdite toute publicité portant sur des véhicules particuliers dont les émissions de dioxyde de carbone sont supérieures à 59 grammes par kilomètre. Afin de faciliter le choix du consommateur au regard de l'impact écologique de chaque véhicule, toute publicité relative à la mobilité, notamment routière, réalisée à l'aide de véhicules à motorisation thermique est obligatoirement accompagnée d'une présentation ou d'une expression complémentaire au moyen de graphiques ou de symboles visant à indiquer la quantité d'émissions de gaz à effet de serre par kilomètre et personne transportée, selon des modalités définies par décret.

« *Art. L. 121-25.* – À compter du 1^{er} janvier 2022 est interdite toute publicité, toute propagande ou toute action commerciale en faveur des vols particuliers entre deux villes situées en France métropolitaine ou des offres de voyages incluant des vols internationaux longs courriers pour des séjours de moins de sept jours.

« *Art. L. 121-26.* – Toute publicité ou toute 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 disposition 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.

« Art. L. 121-27. – À compter du 1^{er} janvier 2022 est interdite toute publicité, toute propagande ou toute action commerciale en faveur des téléphones portables. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à interdire les messages publicitaires relatifs aux produits polluants et à la malbouffe.

Par sa mesure C2.1, la Convention Citoyenne demande l'interdiction de la publicité en faveur des produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre, et ce sur tous les supports publicitaires. Mais l'article 4 n'évoque que la publicité relative aux énergies fossiles.

Cette proposition est en lien avec notre programme, présente au chapitre 79 de l'Avenir en Commun, visant à "Lutter contre l'agression publicitaire et la marchandisation." Nous avons déjà fait plusieurs propositions en ce sens, notamment en 2019 lors de la loi LOM pour interdire la publicité sur les voitures les plus polluantes, ou de la loi sur l'économie circulaire pour interdire la publicité sur le transport aérien intérieur. Nous avons également déposé en Septembre 2020 une proposition de loi visant à libérer l'espace public de la manipulation publicitaire. Toutes ces propositions ont été rejetées. Désormais, ce sont également les propositions de la CCC qui sont enterrées par la majorité.

L'industrie automobile, loin de s'engager dans une réduction de ses émissions de gaz à effets de serre, continue de vendre des véhicules très polluants comme les SUV, et d'en faire la publicité à outrance. La publicité pour les voitures individuelles est terriblement néfaste pour l'environnement. Sur 3 millions d'entreprises en France, moins de 1 % ont accès au marché publicitaire. En 2014, à peine plus de 600 (soit 0,02 % d'entre elles) représentent 80 % des dépenses publicitaires engagées. Des sommes colossales sont investies à rebours de l'urgence écologique et climatique. En 2019, les investissements de publicité et de communication des secteurs automobile, aérien et énergies fossiles en France ont été estimés à plus de 5,1 milliards d'euros.

L'urgence climatique réclame une rupture nette. Il ne peut y avoir de transition écologique rapide et populaire sans se défaire de cette emprise cognitive que les multinationales ont construit depuis des décennies. Les Français y sont prêts : selon un sondage BVA pour Greenpeace France, 65% des français seraient favorables à l'interdiction des publicités pour les marques contribuant au changement climatique. Nous pouvons ainsi faire d'une pierre deux coups : libérer nos villes et nos esprits de la publicité agressive et intrusive, et réduire les émissions de gaz à effets de serre en limitant les incitations à la consommation de produits néfastes pour l'environnement.

Aussi, cet amendement vise à interdire de façon efficace et opérante la publicité sur les produits très émetteurs de CO2, ainsi que sur les produits alimentaires dangereux, qui encouragent la malbouffe.