

ASSEMBLÉE NATIONALE

7 juin 2021

VISANT À RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU NUMÉRIQUE EN
FRANCE - (N° 4196)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 94

présenté par
Mme Khedher

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 14 QUATER, insérer l'article suivant:**

Le code de l'environnement est ainsi modifié :

1° Après le I de l'article L. 581-4, il est inséré un I *bis* ainsi rédigé :

« I *bis*. – La publicité numérique est interdite dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État. »

2° Le dernier alinéa de l'article L. 581-9 est supprimé.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Il s'agit d'un amendement qui répond favorablement à la proposition C.2.2.8 de la Convention Citoyenne pour le Climat visant à "Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs hors information locale et culturelle" et notamment les panneaux publicitaires numériques. La disposition défendue s'inscrit pleinement dans l'objectif de la présente proposition de loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique dans nos territoires et, en particulier, dans le cœur des villes.

Nous constatons la croissance des panneaux publicitaires numériques dans l'espace public alors même que ces derniers sont énergivores et requièrent de grandes quantités de ressources naturelles pour être produits. D'un point de vue écologique, à l'heure où nous appelons nos concitoyens à réduire leur consommation d'énergie, que nous oeuvrons, et c'est également le sens de ce projet de loi, pour aller vers une société plus respectueuse de l'environnement et moins consommatrice

d'énergie, autoriser la publicité numérique et le déploiement massif d'écrans publicitaires dans l'espace public apparaît comme contradictoire.

Par ailleurs, nous ne pouvons pas omettre que les chercheurs sont de plus en plus nombreux à nous alerter sur les risques sanitaires de la surexpositions aux écrans, en particulier pour les plus jeunes d'entre nous.

Pour ces raisons, il apparaît légitime et opportun de poser la question de l'interdiction des écrans publicitaire numériques dans l'espace public, dans les rues, dans les gares, dans les stations de métro... qui peuvent très bien être remplacés par des affichages classiques et donc moins polluants.

Le cas échéant, il conviendrait de modifier en conséquence la partie réglementaire du code de l'environnement relative à la publicité lumineuse, notamment les articles R581-41 et suivants du code, pour intégrer le régime d'interdiction propre à la publicité numérique.