



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection

Question écrite n° 7021

Texte de la question

M. Jean-Marie Demange attire l'attention de M. le ministre d'État, ministre de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables, sur le contenu de certains messages publicitaires au regard des grands enjeux écologiques et de développement durable, tels que la lutte contre le changement climatique. L'amélioration de la qualité de notre environnement, la préservation de la biodiversité et des ressources naturelles nécessitent notamment une modification des modes de transport des personnes et des marchandises, ainsi que des modes de production et de consommation. Nos concitoyens ont, pour une grande majorité d'entre eux, d'ores et déjà pris conscience de la nécessité de protéger l'environnement. Toutefois, il importe maintenant que cette prise de conscience se traduise en acte et que le plus grand nombre de Français adopte des comportements plus vertueux. Cela requiert notamment de faire oeuvre de pédagogie afin d'inciter l'ensemble de nos concitoyens, qui sont aussi consommateurs, à préférer les modes de transport, les produits et services les plus conformes aux exigences des préoccupations environnementales et du développement durable. À cet égard, si la publicité est un outil de communication destinée à vanter les mérites et qualités d'un produit, d'un équipement ou d'un service, elle est l'une des premières source d'information pour le consommateur. C'est pourquoi il souhaite savoir s'il envisage d'intégrer dans les messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés en faveur de certains produits, équipements ou services une information à caractère environnementale sur le modèle de ce qui a été mis en place dans le cadre de la loi n° 2004-806 relative à la politique de santé publique pour certains aliments ou boissons.

Texte de la réponse

Au-delà des campagnes gouvernementales menées avec l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (l'ADEME), l'État a demandé aux entreprises vendant de l'énergie ou des services énergétiques d'inciter aux économies d'énergie dans le cadre de leurs messages publicitaires. La sensibilisation du consommateur aux économies d'énergie, déjà incluse dans la loi de programme du 13 juillet 2005 fixant les orientations de la politique énergétique, s'est vue renforcée par deux textes venus compléter le dispositif législatif existant : le décret n° 2006-1464 du 28 novembre 2006, relatif à la promotion des économies d'énergie dans les messages publicitaires des entreprises du secteur énergétique, et l'arrêté du 28 novembre 2006 relatif à la publicité dans le domaine de l'énergie. Depuis le 1er mars 2007, tout message publicitaire concernant l'énergie ou visant à sa consommation effectué par, ou pour, une entreprise qui vend de l'énergie ou des services afférents à l'utilisation de l'énergie, comporte donc la mention obligatoire : « L'énergie est notre avenir, économisons-là ! », et ce sur l'ensemble des médias. Il est envisageable de mener la même démarche pour sensibiliser l'opinion à la réduction du volume de déchets ou la sauvegarde de la biodiversité. Dans le cadre du Grenelle de l'environnement, le sujet de l'information et de la sensibilisation des citoyens et des consommateurs a été traité. Les conclusions rassemblées dans le programme Gouvernance doivent, dans les prochains mois, être déclinées par un comité en programmes opérationnels.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Marie Demange](#)

Circonscription : Moselle (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 7021

Rubrique : Environnement

Ministère interrogé : Écologie, développement et aménagement durables

Ministère attributaire : Écologie, développement et aménagement durables

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 octobre 2007, page 6238

Réponse publiée le : 15 janvier 2008, page 361