

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 décembre 2019

RELATIF À LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE - (N° 2454)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 1013

présenté par

M. Orphelin, M. Acquaviva, M. Castellani, M. Clément, M. Colombani, Mme Dubié,
Mme Frédérique Dumas, M. El Guerrab, M. François-Michel Lambert, M. Molac, M. Pancher,
Mme Pinel, M. Pupponi et M. Potier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 5 BIS, insérer l'article suivant:**

La sous-section 1 *bis* de la section 3 du chapitre I^{er} du titre IV du livre V de la partie législative du code de l'environnement est ainsi modifiée :

1° L'intitulé est ainsi rédigé :

« Sous-section 1 *bis* : Lutte contre le gaspillage » ;

2° Après l'article L. 541-15-6-1, il est inséré un article L. 541-15-6-2 B ainsi rédigé :

« *Art. L. 541-15-6-2 B.* – Toute publicité en faveur de produits textiles d'habillement neufs ou d'équipements électriques ou électroniques neufs est assortie d'un message à caractère environnemental encourageant l'allongement de la durée de vie des produits et informant de l'impact de la surconsommation sur l'environnement.

« Dans le cas des messages publicitaires sur internet, télévisés ou radiodiffusés, cette obligation ne s'applique qu'aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire. La même obligation d'information s'impose à toute promotion, destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par les producteurs ou distributeurs de ces produits.

« Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'État pris après avis de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie et après consultation du Bureau de vérification de la publicité.

« Le présent article entre en vigueur à la date de publication du décret mentionné au précédent alinéa, et au plus tard le 1^{er} janvier 2021. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à sensibiliser les consommateurs à l'impact de la surconsommation sur l'environnement, et à les encourager à conserver plus longtemps les produits qu'ils acquièrent. Il vise spécifiquement la publicité pour les vêtements, le numérique et les appareils électroménagers, qui font partie des produits les plus concernés par la surconsommation et dont la production nuit le plus à l'environnement (on rappelle par exemple que la mode est la 2e industrie la plus polluante).

Cet amendement propose qu'un message à caractère environnemental accompagne systématiquement les publicités pour ces produits, qu'elles soient diffusées en ligne, dans l'espace public, dans les journaux, via des prospectus papiers, sur les réseaux sociaux, à la radio ou à la télévision. La formulation ainsi que le format du message seront définis par décret.

Le format du message pourrait être du même type que les messages sanitaires « manger-bouger » ou « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ». Pour un téléphone portable, la mention pourrait par exemple être « La surconsommation nuit à l'environnement, essayez de garder votre téléphone pendant 5 ans ».

La liberté d'entreprendre ne fait pas obstacle à l'adoption de règles restreignant la publicité pour des raisons écologiques. Le Conseil constitutionnel affirme en effet qu'« il est loisible au législateur d'apporter à la liberté d'entreprendre [...] des limitations liées à des exigences constitutionnelles ou justifiées par l'intérêt général, à la condition qu'il n'en résulte pas d'atteintes disproportionnées au regard de l'objectif poursuivi ». Le législateur a donc la responsabilité de concilier la liberté d'entreprendre avec ces autres exigences constitutionnelles, dont la protection de l'environnement, inscrite dans la Charte de l'environnement, fait partie.