

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 février 2020

SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)

Retiré

AMENDEMENT

N° AC519

présenté par

M. Cellier, Mme Bagarry, M. Besson-Moreau, Mme Brulebois, M. Daniel,
Mme Jacqueline Dubois, M. Gaillard, M. Girardin, Mme Janvier, M. Kerlogot, Mme Khedher,
Mme Kuric, Mme Le Feu, M. Morenas, Mme Rossi, Mme Sarles, M. Testé, Mme Tiegna et
Mme Auconie

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant:**

Toute communication commerciale audiovisuelle en faveur d'un produit dont l'impact est négatif sur l'environnement est assorti d'un pictogramme indiquant, selon un procédé permettant une compréhension immédiate et sans ambiguïté, que ce produit a un impact négatif sur l'environnement, notamment au regard de son empreinte carbone, des émissions de gaz à effet de serre qu'il génère et de sa participation à la déforestation.

Un décret fixe les modalités d'application de l'alinéa précédent.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à mettre en place un dispositif d'avertissement à destination du public lors de la diffusion de publicités audiovisuelles portant sur des produits dont l'impact est négatif sur l'environnement.

Le dispositif visé par cet amendement s'inspire de la « signalétique jeunesse » mise en place par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) - devenant l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) par le présent projet de loi – chargé de « veiller à la protection de l'enfance et au respect de la dignité de la personne dans les programmes mis à disposition du public par un service de communication audiovisuelle », conformément à l'article 15 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée par la loi n° 2000-719 du 1^{er} août 2000.

Cette signalétique jeunesse se manifeste par la présence en bas de l'écran à droite, d'un pictogramme représentant des chiffres en transparent sur une pastille blanche, accompagné des mentions « déconseillé aux moins de 10 ans », « déconseillé aux moins de 12 ans », « déconseillé aux moins de 16 ans » ou encore « interdit aux moins de 18 ans ».

Ces pictogrammes et mentions sont apposés par les chaînes qui ont mis en place à cet effet des comités de visionnage, lesquels classent les émissions en fonction de leur degré de violence, d'érotisme et de certains thèmes difficiles à regarder pour les jeunes. En outre, les chaînes doivent respecter les heures de diffusion de ces émissions.

L'autorité de contrôle peut ensuite effectuer un contrôle a posteriori sur l'application de la signalétique et dispose de moyens de concertation et de coercition. Les chaînes de télévision se sont aujourd'hui adaptées à ce contrôle qui est reconnu efficace par l'ensemble des acteurs.

Le présent amendement a vocation à instaurer un dispositif similaire, composé d'un pictogramme adapté, visant à informer le spectateur que le produit - dont la promotion est faite dans la publicité - a un impact négatif sur l'environnement.

Cet impact est évalué par l'application de plusieurs critères au produit, notamment son empreinte carbone (i.e. les émissions de gaz à effet de serre générés par sa production, son transport et sa commercialisation) ainsi que sa participation à la déforestation.

Un décret fixe les modalités d'application de cette mesure.