

ASSEMBLÉE NATIONALE

2 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Rejeté

AMENDEMENT

N° 1849

présenté par

M. Potier, M. Leseul, M. Garot, Mme Jourdan, Mme Battistel, M. Jean-Louis Bricout, M. Juanico,
M. Letchimy, Mme Manin, M. Naillet et Mme Untermaier

ARTICLE 4

Compléter cet article par les cinq alinéas suivants :

« II. – Le chapitre I du titre II du livre I du code de la consommation est complété par une section 13 ainsi rédigée :

« *Section 13*

« *Publicité portant sur des liaisons aériennes substituables par une alternative ferroviaire satisfaisante*

« *Art. L. 121-26.* – À compter du 1^{er} janvier 2022, est interdite toute publicité portant sur des liaisons aériennes domestiques ou des liaisons aériennes internationales au départ de Paris substituables par un trajet en train d'une durée inférieure à quatre heures.

« À compter du 1^{er} janvier 2023, est interdite toute publicité pour des vols long-courrier ou des offres de voyage incluant un vol long-courrier impliquant explicitement ou implicitement un séjour sur place de moins de quinze jours. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du Groupe Socialistes et apparentés vise à mettre fin progressivement à la publicité portant sur des liaisons aériennes substituables par un trajet en train d'une durée inférieure à 4h.

L'article 36 du présent projet de loi interdit l'exploitation de services aériens sur des liaisons intérieures au territoire national, dès lors qu'un trajet alternatif, par un autre moyen de transport collectif, moins émetteur de CO2, existe en moins de 2h30. Par anticipation des difficultés attendues pour porter cette durée à 4h lors de l'examen du texte, cet amendement de repli vise a minima à organiser progressivement la fin du trafic aérien sur les vols intérieurs d'ici 2025 sur les liaisons pour lesquelles il existe une alternative ferroviaire satisfaisante en prix et en temps.

À cet égard, la publicité constitue un levier important pour faire évoluer de manière durable les comportements, en particulier dans le secteur aérien dont les dépenses de publicité et de communication représentaient en 2019 en France environ 126,9 millions d'euros. Le présent amendement doit permettre de contribuer au succès de transports alternatifs et moins polluants.

Par ailleurs, il vise également à limiter la promotion des vols dont l'impact climatique est fort pour une courte durée de séjour (fixée ici à 15 jours).

Cet amendement est issu des propositions des Amis de la Terre France et Résistance à l'Agression Publicitaire et s'inspire de la proposition SD-E2 des membres de la Convention citoyenne.

Cet amendement contribue à l'atteinte de l'objectif « - de carbone + de justice » porté par les députés Socialistes et apparentés.