

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 4691

présenté par

Mme Bouchet Bellecourt, M. Sermier, Mme Beauvais, M. Dive, Mme Bazin-Malgras,
Mme Anthoine, Mme Corneloup, Mme Trastour-Isnart, M. Door, Mme Marianne Dubois,
Mme Boëlle, M. Benassaya, Mme Audibert, M. Ferrara, M. Manuel et M. Teissier

ARTICLE 9

Rédiger ainsi cet article :

« Dans un délai de dix-huit mois à compter de la publication de la présente loi, un bilan visant à mesurer l'efficacité dissuasive de l'infraction prévue à l'article L. 541-15-15 du code de l'environnement issu de l'article 46 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020, est réalisé au regard de l'objectif de réduction des distributions des imprimés papiers ou cartonnés à visée commerciale non adressés dès lors qu'ils ne sont pas souhaités par le consommateur. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement propose de substituer à l'expérimentation visant à interdire la distribution d'imprimés non adressés dans certains territoires, un examen d'efficacité de la mesure, entrée en vigueur seulement le 1^{er} janvier 2021, qui punit de l'amende prévue pour les contraventions de 5e classe le non-respect du « stop pub ».

Dans la recherche d'un strict équilibre entre d'une part la préservation de la liberté du commerce et de l'industrie, et d'autre part la protection de l'environnement, il convient de s'assurer que les mesures mises en œuvre récemment visant à réserver les prospectus publicitaires aux seuls consommateurs qui en ont l'usage ne sont pas suffisantes, avant de poser un principe d'interdiction de la distribution de prospectus qui sont encore aujourd'hui un outil indispensable d'expression de la libre concurrence.

Aujourd'hui, la distribution de prospectus non adressés repose sur un principe d'autorisation et il incombe à chaque particulier d'apposer un « stop pub » sur sa boîte aux lettres. Ce dispositif permet de circonscrire la distribution des imprimés là où ils sont désirés et 50 % des français ont encore manifesté un vif intérêt à recevoir les prospectus dans leur boîte aux lettres selon un récent sondage OpinionWay réalisé en décembre 2020 (Sondage OpinionWay pour Bonial, (2021), Les Français et les catalogues, guides et prospectus publicitaires, interviews réalisées du 18 au 22 décembre 2020).

Une grande partie de la population française, particulièrement dans les zones rurales et villes moyennes, est encore accoutumée à ce mode de communication.

Une expérimentation laissée à la discrétion des collectivités locales, présenterait l'inconvénient de conduire à des situations territoriales disparates sans prise en compte de la réalité des zones de chalandises des opérateurs économiques qui ne se recoupent pas avec ces territoires.

En outre, la distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres est encore aujourd'hui un moyen de communication majeur avec le consommateur, tant pour l'information sur les promotions et sur les horaires du magasin que pour générer du trafic en magasin et capter une clientèle volatile. Interdire ce mode de publicité pourrait gravement nuire à l'activité des commerces physiques.

Enfin, des emplois nombreux sont concernés, tant au niveau des filières de distribution que de conception et d'impression de ces imprimés. Il ne paraît raisonnable de procéder à une expérimentation lorsque des emplois sont en jeu.