

ASSEMBLÉE NATIONALE

23 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 1653

présenté par

Mme Brulebois, Mme Bureau-Bonnard et Mme Dubré-Chirat

ARTICLE 9

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le secteur de la distribution d'imprimés publicitaires a engagé des initiatives concrètes en cohérence avec la loi AGECE. Il semble plus approprié d'assurer un suivi de la montée en charge de ces initiatives plutôt que de se risquer à l'expérimentation du Oui-Pub. En complément, il est proposé que les acteurs du secteur de la distribution d'imprimés publicitaires élaborent un Contrat Climat ambitieux, à même de répondre aux défis de la transition écologique et solidaire.

Le dispositif Stop-Pub, récemment renforcé par le législateur avec la loi AGECE répond pleinement aux attentes des Français selon une récente étude de l'ADEME.

L'imprimé publicitaire présente une utilité économique majeure (pouvoir d'achat) pour les Français. Il présente aussi une utilité sociétale non négligeable car il demeure, pour de nombreux Français, l'unique moyen de comparer les prix et de trouver des bonnes affaires. Les journaux gratuits sont vecteurs de lien social et d'information, particulièrement dans le contexte sanitaire actuel. Pour les petites entreprises et artisans de proximité, c'est souvent le seul moyen de faire connaître leurs services et leurs produits.

Par un report des investissements publicitaires vers des solutions numériques plus impactantes, l'expérimentation du Oui-Pub aurait un effet négatif sur le climat. Les communications, transmissions et récoltes d'informations ont beau se passer en ligne, les impacts de la pollution numérique sont, eux, bien réels et leurs effets sont un fléau pour le climat et la planète. Le secteur numérique demande beaucoup d'énergie pour fonctionner, c'est un grand consommateur de

ressources naturelles non renouvelables. Le papier quant à lui aujourd'hui suit un cycle vertueux, très bien collecté et trié il est recyclé en moyenne 7 fois.

Cette mesure, déstabiliserait aussi la filière papier-graphique (dans une situation économique déjà précaire) au profit d'acteurs numériques étrangers échappant à toute régulation. Elle pourrait porter un coup fatal à toute une chaîne de valeur, allant des designers et des graphistes aux imprimeurs, en passant par les distributeurs et les émetteurs (grandes surfaces et petits commerces) de ces imprimés publicitaires. La filière graphique et impression papier serait en particulier fatalement impactée.

Au-delà des conséquences sur les métiers de l'impression et de la conception graphique, c'est aussi l'avenir de la filière du recyclage qui se joue avec celui de la publicité papier en boîte aux lettres. Le papier recyclé est aujourd'hui l'une des matières dont le prix de revente est le plus élevé pour les collectivités territoriales. A cet égard, les volumes d'imprimés publicitaires (largement recyclés) constituent une ressource financière essentielle qui participe à l'équilibre financier des centres de tri, de recyclage et de valorisation des collectivités territoriales ainsi que des entreprises et chantiers d'insertion.