

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

24 mars 2021

---

**LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)**

|              |  |
|--------------|--|
| Commission   |  |
| Gouvernement |  |

Rejeté

**AMENDEMENT****N ° 2481**

présenté par

M. Le Fur, M. Aubert, Mme Audibert, Mme Boëlle, M. Jean-Claude Bouchet, M. Bourdeaux, M. Cattin, Mme Dalloz, M. Dive, M. Gosselin, M. Kamardine, Mme Louwagie, M. Menuel, M. Meyer, M. Perrut, Mme Poletti, M. Quentin, M. Reiss, M. Sermier, M. Therry, M. Jean-Pierre Vigier et M. Viry

-----

**ARTICLE 5**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Signer un engagement volontaire qualifiant une trajectoire donnée d'affectation sur 2 ou 3 ans de la part des budgets de publicité paraît difficile à mettre en œuvre et ce pour plusieurs raisons :

Du point de vue pratique :

- Il n'est pas possible de rassembler l'ensemble des constructeurs sur une seule et même trajectoire compte tenu de la diversité de leur plan produit et de leur mix de vente ;
- Le contrôle du respect de la trajectoire paraît difficile à assurer et l'obligation de mettre en place un énième dispositif de reporting administratif est lourde.

Du point de vue méthodologique : la publicité est un moyen de garantir la tenue des trajectoires de mix de vente et de niveau d'émissions de CO<sub>2</sub> signées dans le cadre européen ou national. Il est donc contre-productif et intrusif de la part des autorités d'intervenir sur le bon usage à cet effet de ce moyen par ailleurs déjà particulièrement encadré.

Du point de vue du principe enfin : des engagements forts et contraignants au niveau européen et au niveau national ont été signés avec, pour exemple, le Comité Stratégique de Filière Automobile (CSFA), qui prévoient des objectifs négociés, donne de la visibilité pluriannuelle et de la stabilité.

Il est donc inopportun de fixer des objectifs supplémentaires non négociés, sans visibilité.