

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 448

présenté par

Mme Beauvais, Mme Meunier, M. Ramadier, Mme Bonnivard, Mme Corneloup, M. Bouley,
 Mme Audibert, Mme Poletti, M. Jean-Pierre Vigier, M. Cattin, Mme Louwagie, M. Parigi,
 M. Pierre-Henri Dumont, M. Bourgeaux, M. Cinieri, M. Menuel, M. Dive, M. Reiss, M. Minot,
 M. Ravier, M. Bony, Mme Trastour-Isnart, M. Cordier, M. Sermier, M. Hemedinger, Mme Serre,
 M. Perrut, M. Benassaya, Mme Kuster, M. Viry, M. Schellenberger et M. Descoeur

ARTICLE 9

I. – Supprimer la dernière phrase de l’alinéa 1.

II. – En conséquence, compléter l’alinéa 4 par les mots :

« , notamment le nombre, la typologie et la répartition géographique des collectivités territoriales ou leurs groupements concernés afin d’assurer la représentativité des résultats de l’expérimentation et les moyens à mettre en œuvre par les collectivités volontaires, la concertation à prévoir avec l’ensemble des parties prenantes, les critères et la méthode d’élaboration du rapport d’évaluation prévu à l’alinéa précédent. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement conserve l’intégralité du dispositif expérimental prévu concernant l’interdiction de distribuer à domicile des imprimés non adressés à visée commerciale sauf autorisation expresse, tout en précisant :

- l’objectif poursuivi : au-delà des conséquences sur l’emploi et les comportements des consommateurs, cette expérimentation doit permettre d’évaluer les impacts économiques, notamment sur les secteurs d’activités les plus concernés (commerce, industrie papetière, imprimeurs, distributeurs d’imprimés...) ;

- le contenu du rapport au Parlement prévu au terme de l’expérimentation afin d’y inclure expressément une évaluation des impacts socio-économiques et environnementaux, ainsi que des

recommandations sur les suites à donner, sur les moyens de prévenir les dommages identifiés et sur les alternatives disponibles autres que le « Oui à la pub » pour limiter les imprimés publicitaires, tel que notamment le développement du « Stop pub » ;

- l'objet du décret d'application : il s'agit d'encadrer les conditions de l'expérimentation concernant les collectivités susceptibles d'y participer, la concertation nécessaire et le rapport d'évaluation prévu, afin de pouvoir en tirer des enseignements objectifs et partagés.

Il s'agit d'un amendement de repli permettant de maintenir les dispositions de cet article en lieu et place de sa suppression pure et simple.