

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 6628

présenté par

M. Potier, M. Garot, Mme Jourdan, M. Leseul, M. Jean-Louis Bricout, M. Alain David,
M. Juanico, M. Faure, Mme Pires Beaune, Mme Rouaux et Mme Victory

ARTICLE 4

Après l'alinéa 6, insérer les quatre alinéas suivants :

« *Art. L. 581-25-2.* – I. – À compter du 1^{er} janvier 2022, toute propagande ou publicité, y compris par voie numérique, directe ou indirecte, en faveur des produits ou des services présentant un impact environnemental excessif, est interdite.

« À compter du 1^{er} janvier 2024, toute propagande ou publicité, y compris par voie numérique, directe ou indirecte, en faveur des produits ou des services représentant un impact environnemental ou social excessif est interdite.

« Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes de commercialisation de ces produits ou services, ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel.

« II. – L'impact environnemental d'un produit ou d'un service est mesuré selon la méthodologie mise en œuvre pour l'application de l'article 15 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire. Un décret en Conseil d'État fixe, après concertation, pour chaque catégorie de produit et de service le seuil au-delà duquel l'impact environnemental est jugé excessif. Une entrée en vigueur différenciée peut être prévue selon ces seuils d'impact et en fonction des produits et services concernés. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à créer, à partir de 2022, un mécanisme permettant d'interdire la publicité pour des produits et services à impact environnemental excessif. A partir de 2024, ce mécanisme est complété par l'intégration d'un volet relatif à l'impact social.

En l'état, l'article 4 prévoit d'interdire la publicité en faveur des énergies fossiles. Cette interdiction est une condition nécessaire mais largement insuffisante pour faire évoluer de manière durable les comportements des consommateurs dans la mesure où les publicités de promotion des énergies fossiles sont extrêmement rares.

À titre de comparaison, les dépenses de publicité et de communication du secteur des énergies fossiles représentaient 668,1 millions d'euros en 2019 en France sur les 5,1 milliards d'investissements bruts de publicité et de communication des secteurs automobile, aérien et pétrolier (données issues du rapport Publicité : pour une loi Évin climat de Greenpeace France, Réseau Action Climat et Résistance à l'Agression Publicitaire paru en juin 2020).

C'est pourquoi le présent amendement vise à généraliser à moyen-terme l'interdiction de publicité aux produits et services les plus polluants, en s'appuyant sur le dispositif prévu à l'article 1er de la présente loi pour définir la notion de « pollution excessive ». En fonction de la maturité de chaque catégorie de produits et de services, une mise en œuvre différée dans le temps peut être envisagée.

À l'instar de la loi Évin, le législateur a les moyens de faire primer la protection de l'environnement sur la liberté d'entreprendre, comme en témoignent notamment la décision n° 90-283 du Conseil constitutionnel en date du 8 janvier 1991 (suite à la promulgation de la loi Évin) et la récente décision n° 2019-823 QPC du 31 janvier 2020.

Cet amendement est issu des travaux de la Convention citoyenne pour le climat et des discussions avec le Réseau Action Climat, le WWF France et le Système publicitaire et influence des multinationales (SPIM).