

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 mars 2021

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° 6929

présenté par

M. Potier, Mme Jourdan et M. Leseul

-----

**ARTICLE 6**

I. – Après l’alinéa 5, insérer les deux alinéas suivants :

« 1° *bis* Après le I de l’article L. 581-4, il est inséré un I *bis* ainsi rédigé :

« I *bis*. – Les dispositifs publicitaires numériques sont interdits en agglomération et en dehors des agglomérations sur les voies ouvertes à la circulation publique ainsi que dans les aéroports, les gares ferroviaires et routières, dans les stations et aux arrêts de transports en commun de personnes. Par dérogation aux dispositions de l’article L. 581-2, cette interdiction s’applique également aux publicités situées à l’intérieur d’un local lorsqu’elles sont visibles depuis la voie publique. » ; ».

II. – En conséquence, rédiger ainsi l’alinéa 7 :

« 3° Le dernier alinéa de l’article L. 581-9 est supprimé. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à mettre fin aux écrans vidéo publicitaires dans l’espace public. Il vient compléter l’article 6 en matière de régulation de la publicité extérieure en introduisant une disposition uniforme sur l’ensemble du territoire pour la publicité numérique et lumineuse, en raison de ses spécificités.

La publicité numérique constitue une nouvelle forme de pression publicitaire dont le déploiement s’est accéléré au cours des dernières années, principalement dans les grandes villes. *A minima* deux raisons justifient ici d’enrayer ce processus.

En premier lieu, les panneaux numériques sont à l’origine d’un gaspillage d’énergie et de ressources et d’une pollution lumineuse. À titre de comparaison, la consommation annuelle d’un panneau de

deux mètres carrés équivaut à celle d'un foyer avec un enfant sur la même période. Dans son bilan prévisionnel de l'équilibre offre/demande 2019, le Réseau de transport électrique (RTE) invite à la réduction des consommations « superflues » parmi lesquelles figure notamment celle engendrée par les écrans publicitaires, ainsi qu'à la limitation du déploiement de ces derniers.

À cela s'ajoutent également l'ensemble des conséquences du déploiement des écrans publicitaires numériques et lumineux pour la santé publique, dont les troubles de l'attention. Le risque est particulièrement préoccupant pour les enfants dont le développement psychomoteur peut être altéré par les écrans vidéos, comme l'ont rappelé les différents acteurs compétents ces dernières années : Organisation mondiale de la santé, Santé publique France, Défenseur des droits...

En conséquence, il convient de modifier le code de l'environnement de manière à interdire ces dispositifs publicitaires plutôt que soumettre leur installation à l'autorisation de l'autorité compétente comme le prévoit actuellement l'article L. 581-9.

L'amendement s'inspire des travaux de la Convention citoyenne pour le climat et des propositions des Amis de la Terre France et Résistance à l'Agression Publicitaire.