

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 7105

présenté par

Mme Sarles, Mme Riotton, Mme Galliard-Minier, M. Alauzet, Mme Calvez, M. Baichère,
M. Buchou et Mme Clapot

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 4, insérer l'article suivant:**

Après 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, il est inséré un article 15 *bis* ainsi rédigé :

« Art. 15 *bis*. – I. – Les annonceurs publicitaires pour des biens ou services soumis à affichage environnemental obligatoire en application soit de l'article 15 de la présente loi, ainsi que les produits concernés par une étiquette énergie obligatoire au titre de l'article 15 de la directive 2009/125/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 octobre 2009 établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'écoconception applicables aux produits liés à l'énergie, et les véhicules concernés par une étiquette obligatoire au titre de l'article 3 de la directive 1999/94/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 1999 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures particulières neuves, publient sur une base annuelle, dans des conditions précisées par décret, un bilan de leurs investissements publicitaires faisant notamment apparaître la part allouée aux différentes catégories de marquage ou d'étiquetage pour les biens et services concernés.

« II.- Les données relatives aux investissements publicitaires mentionnées au I font l'objet d'un rapport annuel publié par l'Agence de la transition écologique. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à obliger les annonceurs pour les biens et services soumis à affichage environnemental à publier de manière annuelle leurs investissements publicitaires en vue de faire

apparaître la part de ces investissements dédiés aux biens et services présentant le plus d'impacts pour le climat et l'environnement.

Grâce à ce dispositif de transparence, il sera aisé de distinguer les annonceurs qui favorisent les produits les plus vertueux.