

ASSEMBLÉE NATIONALE

27 avril 2021

LIMITATION DES IMPACTS NÉGATIFS DE LA PUBLICITÉ - (N° 4019)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° 11

présenté par

M. Orphelin, Mme Bagarry, Mme Batho, Mme Cariou, Mme Chapelier, Mme Forteza,
Mme Gaillot, M. Julien-Laferrière, Mme Valérie Petit et M. Villani

ARTICLE UNIQUE

Après l'alinéa 13, insérer les sept alinéas suivants :

« 3° Le même chapitre I^{er} du titre II du livre I^{er} est complété par une section 14 ainsi rédigée :

« Section 14

« *Vente de produits et services à fort impact sur l'environnement*

« Art. L. 121-29. – À compter du 1^{er} janvier 2022, et sur une période allant jusqu'au 1^{er} janvier 2032 selon une trajectoire dégressive de l'impact négatif des produits et services sur l'environnement, établie en fonction de seuils fixés conformément au dernier alinéa du présent article, est interdite toute publicité portant sur des produits et services à fort impact négatif sur l'environnement, effectuée par tous moyens et sur tous supports, y compris la publicité accessible par un service de communication au public en ligne telle que définie à l'article 1^{er} de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique et toute forme de prospection directe réalisée par courrier électronique telle que définie à l'article L. 34-5 du code des postes et des communications électroniques.

« Constitue un impact négatif sur l'environnement toute atteinte aux espaces, ressources et milieux naturels terrestres et marins, aux sites, aux paysages diurnes et nocturnes, à la qualité de l'air, au climat ou à la biodiversité.

« La liste des catégories de produits et services à fort impact négatif sur l'environnement est déterminée par décret. Elle comprend notamment les véhicules particuliers émettant des gaz à effet de serre, les produits électroménagers fortement consommateurs d'énergie, les liaisons aériennes domestiques et internationales pour lesquelles il existe une alternative ferroviaire de moins de quatre heures, les liaisons aériennes dont l'impact climatique est fort pour une courte durée de séjour et les produits à fort impact environnemental négatif global sur l'ensemble de leur cycle de

vie.

« Le décret mentionné au troisième alinéa détermine les seuils d'impact négatif sur l'environnement au-delà desquels la publicité portant sur les produits et services est interdite. Ces seuils sont établis, pour chaque catégorie de produits et services, en fonction notamment des émissions de gaz à effet de serre, de la consommation d'énergie et de matières, des déchets produits et du niveau d'atteinte à la biodiversité et aux milieux naturels résultant de la fabrication, de la distribution, de la mise à disposition et de l'utilisation des biens et services. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à réécrire l'article 4 afin de mettre en place une **régulation de la publicité sur les produits et services les plus polluants, de manière progressive et concertée sur 10 ans.**

Il complète les articles de la proposition de loi visant à réguler la publicité sur certains secteurs identifiés, par une démarche qui permettra de réguler la publicité sur l'ensemble des produits les plus polluants, tous secteurs confondus.

La limitation de la publicité pour les produits les plus polluants sera mise en œuvre de manière très progressive sur 10 ans. Seuls certains produits extrêmement polluants seront concernés dans un premier temps ; des seuils et critères seront ensuite prévus afin d'englober d'ici 10 ans l'ensemble des produits et services ayant un fort impact négatif sur l'environnement. Cette trajectoire progressive ainsi que les seuils d'impact et choix des produits concernés seront fixés par décret après co-construction avec l'ensemble des parties prenantes.

Dans chaque famille de produits, la publicité demeurera possible pour tous les produits les plus vertueux, et ne sera restreinte que pour les produits les plus polluants. Les marques concernées pourront donc continuer à faire de la publicité sur une partie de leurs produits, et seront incitées à progressivement supprimer de leur offre les produits les plus polluants puisqu'à terme elles ne pourront plus en faire la promotion.