

ASSEMBLÉE NATIONALE

29 octobre 2021

PLF POUR 2022 - (N° 4482)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° II-2088

présenté par
Mme Ménard

ARTICLE 20**ÉTAT B****Mission « Travail et emploi »**

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+	-
Accès et retour à l'emploi	0	0
Accompagnement des mutations économiques et développement de l'emploi	1 000 000	0
Amélioration de la qualité de l'emploi et des relations du travail	0	0
Conception, gestion et évaluation des politiques de l'emploi et du travail	0	1 000 000
TOTAUX	1 000 000	1 000 000
SOLDE	0	

EXPOSÉ SOMMAIRE

Transférer 1 000 000 d'euros de l'action 15 – Personnels mettant en œuvre les politiques d'accompagnement des mutations économiques et développement de l'emploi du programme 155 –

– Conception, gestion et évaluation des politiques de l'emploi et du travail vers l'action 01 –
Anticipation et accompagnement des conséquences des mutations économiques sur l'emploi du
programme 103 – Accompagnement des mutations économiques et développement de l'emploi

Amendement d'appel.

La promulgation, en août dernier, de la loi Climat a acté la fin, à très brève échéance, de la publicité aérienne. Le petit avion à hélice ou l'ULM trainant une banderole publicitaire semblent donc être voués à disparaître du paysage de nos plages à compter de l'été 2022.

Cette décision prise pour prétendument lutter contre la pollution plonge de nombreuses entreprises dans une situation financière catastrophique.

S'il est important de faire entrer notre économie vers la transition écologique raisonnée, il ne me paraît pas judicieux de sacrifier des emplois sur l'autel d'une écologie démagogique.

En effet, comme le disent Corinne Andreu et Roland Vidal, co-gérants de la société Air Média Pub spécialisée dans la publicité aérienne à Sauvian (Hérault), "la consommation annuelle de l'ensemble des avions publicitaires de France est équivalent à celle d'un seul camion de marchandise sur la même période", soit un impact environnemental qu'il est difficile de ne pas qualifier de nul.

Pour rappel, le transport routier de marchandise, c'est 300 000 camions en France !

Une décision par ailleurs pour le moins surprenante au regard de la consommation en carburant d'un ULM (environ une quinzaine de litre à l'heure) alors qu'à contrario il existe un risque conséquent de voir la publicité se répercuter sur d'autres supports tel que le flyer déposé sur le pare-brise d'un véhicule qui aura de fortes chances de s'envoler pour finir dans la nature, une rivière ou la mer.

Le délai de quelques mois qui pourrait leur être accordé ne modifie en rien la mort programmée de ces entreprises et démontre bien le deux poids deux mesures avec le délai accordé jusqu'en 2035 à Airbus "pour rendre ces avions moins polluants", comme le souligne monsieur Vidal.

Ainsi, il faut prendre en compte la situation financière des acteurs économiques de ce secteur et envisager des mesures d'accompagnement.

S'il paraît aujourd'hui essentiel de pouvoir répondre au mieux aux besoins d'une transition écologique cohérente, elle ne peut se faire au travers de "mesurettes" symboliques sans réel impact environnemental qui, à l'inverse, vont avoir des conséquences économiques et sur l'emploi importantes.

Dès lors, quelles sont les mesures de transition que le Gouvernement envisage de mettre en place pour compenser l'interdiction des banderoles publicitaires aériennes ?