

# ASSEMBLÉE NATIONALE

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**XV<sup>e</sup> Législature**

SESSION ORDINAIRE DE 2020-2021

Séances du vendredi 2 avril 2021

## Compte rendu intégral



Les articles, amendements et annexes figurent dans le fascicule bleu ci-joint



<http://www.assemblee-nationale.fr>

# SOMMAIRE GÉNÉRAL

---

1 <sup>re</sup> séance .....	3513
2 <sup>e</sup> séance .....	3549
3 <sup>e</sup> séance .....	3585

# ASSEMBLÉE NATIONALE

**JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

**SESSION ORDINAIRE DE 2020-2021**

227<sup>e</sup> séance

## Compte rendu intégral

**1<sup>re</sup> séance du vendredi 2 avril 2021**

Les articles, amendements et annexes figurent dans le fascicule bleu ci-joint



<http://www.assemblee-nationale.fr>

# SOMMAIRE

## PRÉSIDENTE DE M. HUGUES RENSON

### 1. Lutte contre le dérèglement climatique (p. 3515)

DISCUSSION DES ARTICLES (*suite*) (p. 3515)

Article 6 (*suite*) (p. 3515)

Amendement n° 6928

Mme Aurore Bergé, rapporteure de la commission spéciale pour le titre Ier

Mme Barbara Pompili, ministre de la transition écologique

Amendements n°s 6271, 3737 rectifié, 5091 rectifié, 5390 rectifié, 535, 893, 6929, 4192, 6512, 1154 2ème rectification, 6231, 5513, 6622 rectifié, 6241, 450, 2389, 3191, 2369, 3688, 2977

Article 7 (p. 3519)

M. Pierre-Yves Bournazel

Amendements n°s 1, 74, 338, 603, 718, 1284, 1919, 1968, 1973, 2148, 2193, 2542, 3104, 3692, 3764, 3889, 3934, 4806, 5750, 7046, 7062

M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général de la commission spéciale

Amendements n°s 58, 3652, 5092, 6930, 7047, 1705, 3954, 5846, 6932, 3074, 1990

Sous-amendement n° 7308

Amendements n°s 4543, 6251, 1193, 3134, 1989, 4882, 608, 6682, 7037, 1991, 3735 rectifié

Sous-amendements n°s 7281, 7313, 7314

Amendements n°s 3874, 6252

Après l'article 7 (p. 3529)

Amendements n°s 2833, 4471, 4982, 6048, 6049

*Suspension et reprise de la séance* (p. 3530)

Article 8 (p. 3530)

Amendements n°s 2575, 3743, 4728, 2467, 4729, 4896

Article 9 (p. 3531)

M. Pierre-Yves Bournazel

M. Thibault Bazin

Amendements n°s 75, 152, 379, 1030, 1195, 1653, 2139, 2361, 2543, 3471, 3822, 3890, 4778, 5475, 5759, 6253, 6603, 7064, 6514, 4446, 5999, 6683, 60, 1037, 1198, 2544, 7063, 3193, 6513, 2135, 2336, 7048, 652, 4712, 4983, 288, 6082, 448, 6254, 7189, 5550, 3077, 404, 3970, 4549, 1710, 2576, 4195, 6515, 440, 881, 7190, 1132, 4857, 6104, 245, 2468

Après l'article 9 (p. 3542)

Amendements n°s 6926, 3078, 3084

Article 10 (p. 3543)

Amendements n°s 1285, 2547, 1054, 1041, 7065, 2546, 385, 5562, 1862, 3213, 6266, 230, 157, 4863, 3523, 898, 217, 5672, 6684, 3526, 3931

Article 11 (p. 3545)

Amendements n°s 358, 2484, 4786, 6685, 6083, 7078, 7066, 1461, 2548, 3007, 4576, 7191, 2550 rectifié, 393

### 2. Ordre du jour de la prochaine séance (p. 3548)

# COMPTE RENDU INTÉGRAL

## PRÉSIDENTICE DE M. HUGUES RENSON

### vice-président

**M. le président.** La séance est ouverte.

*(La séance est ouverte à neuf heures.)*

1

## LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

### *Suite de la discussion d'un projet de loi*

**M. le président.** L'ordre du jour appelle la suite de la discussion du projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (n<sup>os</sup> 3875, 3995).

### DISCUSSION DES ARTICLES

*(suite)*

**M. le président.** Hier soir, l'Assemblée a poursuivi la discussion des articles du projet de loi, s'arrêtant à l'amendement n<sup>o</sup> 6928 à l'article 6.

### Article 6

*(suite)*

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6928.

**M. Dominique Potier.** Comme notre collègue Hubert Wulfranc l'a parfaitement expliqué hier soir, la disposition inscrite à l'article 6 n'a rien à faire dans ce projet de loi : non seulement elle n'a aucun rapport avec le changement climatique, mais elle constitue une sorte de recul de l'État en matière de réglementation.

J'appelle votre attention sur les risques de distorsion entre les communes qu'elle fait courir, car les moyens de ces dernières comme le volontarisme de leurs élus peuvent être très variables.

Le rôle attribué jusqu'à aujourd'hui au préfet va au-delà de la piqure de rappel : ce dernier garantit la bonne exécution et apporte une aide aux maires de bonne volonté afin que soient évités les conflits d'intérêts et les pressions psychologiques exercées par les opérateurs privés ou publics pour être présents dans l'espace public. Pour libérer le maire, il faut s'appuyer sur la puissance de l'État.

À défaut, cet amendement de repli vise, en cohérence avec la dynamique des plans locaux d'urbanisme intercommunaux, à transférer la compétence en matière de police de la publicité à l'intercommunalité. Notre mobilité fait que nous sommes tous concernés par le règlement publicitaire d'une ville, d'un village, du périurbain, de l'urbain, d'une métropole : nous sommes tous dans un même espace. Réglementer à l'échelle intercommunale en faisant intervenir des agents de l'intercommunalité nous paraît être une garantie de bonne exécution – à défaut, je le répète, d'une garantie par l'État.

**M. le président.** La parole est à Mme Aurore Bergé, rapporteure de la commission spéciale pour le titre I<sup>er</sup>, pour donner l'avis de la commission.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure de la commission spéciale pour le titre I<sup>er</sup>.** Avis défavorable. Il y a un problème, car avec cet amendement, vous supprimez totalement la compétence du maire, y compris lorsqu'il existe un RLP – règlement local de publicité. Il faut évidemment que le maire puisse conserver ses compétences.

**M. le président.** La parole est à Mme la ministre de la transition écologique, pour donner l'avis du Gouvernement.

**Mme Barbara Pompili, ministre de la transition écologique.** Avis défavorable. L'amendement empêchera les maires qui ont fait leurs preuves, ceux qui ont élaboré un RLP et qui exercent leurs compétences, de le faire à l'avenir. Vous feriez une erreur en l'adoptant. J'ai évoqué hier des exemples qui montrent que le dispositif peut fonctionner et qu'il permet de trouver des solutions adaptées à chaque territoire. Les maires ont une faculté qu'ils peuvent déléguer à l'EPCI – établissement public de coopération intercommunale. Je crois que nous avons trouvé un bon équilibre.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 6928 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Buon Tan, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6271.

**M. Buon Tan.** L'article 6 a pour objectif de décentraliser le pouvoir de police de la publicité, aujourd'hui partagé entre le maire et le préfet, en l'attribuant uniquement au maire, et dans certains cas précis au président de l'EPCI. Il supprime du même coup la possibilité de se substituer au maire dont dispose le préfet en cas de carence de ce dernier.

Cependant, le préfet ne sera pas dépourvu de tout moyen en cas d'inaction du maire. Il pourra toujours lui demander de prendre une décision ou d'agir dans un sens déterminé puis, si cela est nécessaire, saisir le juge administratif de la décision implicite de rejet que constituerait le silence du maire. Cette solution offre toutefois beaucoup moins de souplesse et de réactivité que le maintien du pouvoir de substitution actuel du préfet. Elle risque de se traduire par une augmentation importante du contentieux administratif, ainsi que par une moins bonne application de la réglementation relative à la publicité.

L'amendement vise en conséquence à maintenir le pouvoir de substitution du préfet, en prévoyant toutefois qu'il ne pourra s'exercer qu'après une mise en demeure adressée au maire et restée sans effet.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Très bien ! M. Tan, c'est la sagesse de la majorité !

*(L'amendement n° 6271, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements, n°s 3737 rectifié, 5091 rectifié, 5390 rectifié, 535, 893, 6929, 4192, 6512 et 1154 2<sup>ème</sup> rectification, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n°s 3737 rectifié et 5091 rectifié sont identiques. Il en est de même des amendements n°s 535, 893 et 6929, ainsi que des amendements n°s 4192 et 6512.

L'amendement n° 3737 rectifié de Mme Delphine Batho est défendu.

La parole est à M. Jean-Paul Lecoq, pour soutenir l'amendement n° 5091 rectifié.

**M. Jean-Paul Lecoq.** M. Buon Tan faisait entendre la voix de la sagesse du côté de la majorité : cette dernière aurait pu se rattraper en adoptant son amendement. Malheureusement, elle ne l'a pas fait.

Notre amendement vise à interdire purement et simplement les publicités lumineuses, par exemple celles des vitrines et des enseignes. Normalement, cela devrait plaire à Mme la ministre de la transition écologique.

Il a fallu des années pour appliquer la loi qui obligeait à éteindre l'ensemble des enseignes et des vitrines lumineuses entre une heure et six heures du matin à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2018. Cela reste compliqué. Pourtant, cette mesure permettrait d'économiser 1,8 térawattheure annuel pour ce qui concerne les enseignes et 200 gigawattheures pour les publicités à l'intérieur des vitrines. Les conséquences sur la consommation d'énergie, sur la pollution lumineuse et sur la biodiversité – j'habite en face d'une raffinerie et le vol des chauves-souris nous montre bien qu'elles n'apprécient pas que l'éclairage de la torche fasse passer la pleine nuit pour le jour – sont telles que je vous invite à émettre un avis de sagesse sur une question essentielle si l'on a la prétention d'agir pour le climat et pour l'avenir de la planète.

**M. le président.** La parole est à M. Buon Tan, pour soutenir l'amendement n° 5390 rectifié.

**M. Buon Tan.** Ma collègue Anissa Khedher, qui a déposé cet amendement, ajoute un argument à ceux de M. Lecoq : l'exposition des enfants aux écrans est déjà très forte, nous avons tout intérêt à la réduire en même temps que la consommation électrique.

**M. le président.** L'amendement n° 535 de M. Loïc Dombrev est défendu.

La parole est à M. Jean-Paul Lecoq, pour soutenir l'amendement n° 893.

**M. Jean-Paul Lecoq.** L'argument de M. Tan était excellent. Il faut réduire l'impact des écrans et toute la pollution lumineuse. Il semble aussi que la nuit, les publicités lumineuses ont des conséquences sur la sécurité routière

selon l'endroit où elles se trouvent et l'attention du conducteur. Tous ces éléments devraient permettre l'adoption de nos amendements. *(Mme Delphine Batho applaudit.)*

**M. le président.** Les amendements n°s 6929 de M. Dominique Potier, 4192 de M. Matthieu Orphelin, 6512 de M. Jean-Charles Colas-Roy et 1154 2<sup>ème</sup> rectification de Mme Paula Forteza sont défendus.

Quel est l'avis de la commission sur les amendements en discussion commune ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ils visent à interdire toute publicité lumineuse soit dans tout l'espace public, soit dans une partie de cet espace – agglomérations et en dehors des agglomérations, voies ouvertes à la circulation publique, dans les aéroports, les gares...

Nous avons choisi de confier aux maires la responsabilité d'encadrer la façon dont les publicités pourront ou ne pourront pas être déployées. À l'article 7, nous entendons aussi leur attribuer la faculté de contrôle de la pollution lumineuse dans les vitrines des commerçants. *(Mme Delphine Batho proteste.)*

**M. Jean-Paul Lecoq.** Quel recul !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le projet de loi nous permet donc de faire jouer de nouveaux outils. De là à interdire de manière générale toute publicité lumineuse...

Il faut également prendre en considération les revenus tirés de ces publicités par nos artisans, nos commerçants, nos collectivités locales.

**Mme Delphine Batho.** C'est scandaleux !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le mobilier urbain, largement financé par la publicité, ne coûte rien aux communes ; sans publicité, il faudra que toutes les communes puissent le payer.

Je ne crois pas que le bannissement de toute la publicité de l'espace public corresponde à la philosophie de ce texte. En revanche, il faut évidemment limiter celle qui a un impact environnemental en donnant plus de compétences aux maires pour agir. C'est ce que proposent l'article 6, que vous souhaitiez pourtant supprimer, mais aussi l'article 7 pour ce qui concerne l'intérieur des vitrines.

Par conséquent, la commission est défavorable à l'ensemble de ces amendements.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Oui, la pollution lumineuse est certainement sous-estimée aujourd'hui en France. Tout le monde ne se rend pas compte de ses conséquences sur nos métabolismes, mais aussi, d'une manière ou d'une autre, sur la biodiversité. Il faut donc trouver les meilleures solutions pour lutter contre cette pollution.

L'interdiction générale proposée par les différents amendements, qu'elle soit absolue ou qu'elle ne concerne que certains lieux, pose toutefois un problème : on peut « se faire plaisir », si je puis me permettre, en la votant, mais elle sera censurée par le Conseil constitutionnel...

**Mme Delphine Batho.** C'est totalement faux !

**M. Erwan Balanant.** Madame Batho, vous n'êtes pas membre du Conseil constitutionnel !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** ...qui considérera qu'il s'agit d'une atteinte disproportionnée à un certain nombre de libertés. La question demeure donc de savoir comment assurer une régulation. Nous en avons débattu en commission spéciale et pour répondre aux demandes que vous avez formulées, j'ai souhaité que soit dressé un état des lieux de la réglementation actuelle relative aux obligations d'extinction des publicités lumineuses, enseignes lumineuses et vitrines des commerces, ainsi que de son respect effectif. Cela me permet de vous apporter un certain nombre de réponses.

S'agissant de l'extinction des publicités et enseignes lumineuses extérieures, la réglementation est actuellement modérément appliquée et peu efficace en raison de règles différentes selon la taille de l'unité urbaine et selon que la commune est couverte ou non par un RLP. En outre, dans les communes non couvertes par un RLP, les agents des services déconcentrés sont chargés d'assurer le contrôle des obligations d'extinction des publicités et enseignes lumineuses, alors que ces services ne sont pas organisés pour effectuer des contrôles de nuit.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Eh bien, organisez-les!

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Afin d'améliorer cette réglementation, un projet de décret, actuellement soumis à consultation, prévoit une harmonisation des règles d'extinction des publicités lumineuses extérieures.

Par ailleurs, en rendant entièrement au maire, dans ce projet de loi, la police de la publicité, nous permettons que le contrôle de cette réglementation soit réalisé au plus près du terrain par la police municipale, également chargée d'assurer le respect de la réglementation sur l'extinction des vitrines elles-mêmes et organisée pour assurer des contrôles de nuit.

Un projet d'arrêté visant à fixer des seuils maximaux de luminance et des seuils d'efficacité énergétique des publicités et enseignes lumineuses extérieures est en cours d'élaboration. Les maires et les présidents d'EPCI pourront s'en inspirer pour fixer dans les RLP des prescriptions en matière de nuisances lumineuses applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines des commerces.

Voilà où nous en sommes; voilà les améliorations que le projet de loi permet d'apporter. Nous pourrions aussi regarder de plus près un certain nombre de points. Je vous ai entendus évoquer la sécurité routière en faisant référence aux emplacements de publicités lumineuses qui se trouvent le long des routes. Ce n'est pas tant la luminosité qui pose problème que le défilement d'images qui peuvent attirer l'attention des conducteurs; nous devrions nous intéresser à ce problème.

Je pense aussi qu'en période de pointe de consommation électrique, même si ce ne sont pas ces enseignes qui dépendent le plus d'électricité, c'est un sujet en termes de symbole, et je suis en train de travailler pour essayer de trouver des solutions en vue de les éteindre dans de telles périodes.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Maintenant que vous avez fermé la centrale thermique du Havre...

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Il faut regarder cela de manière générale, mais ce que nous adoptons dans ce texte va déjà nous permettre d'améliorer sensiblement la situation. C'est pourquoi je vous invite à rejeter ces amendements.

**M. le président.** La parole est à M. Jimmy Pahun.

**M. Jimmy Pahun.** Une loi a déjà été votée il y a quelques années et ses dispositions sont modérément appliquées, comme vous le dites vous-même, madame la ministre.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** C'est pour ça!

**M. Jimmy Pahun.** Il faudrait qu'elles le soient. J'ai vu de jeunes Rennais couper le courant de ces enseignes lumineuses passé minuit ou une heure du matin parce qu'elles devraient être éteintes. Nous avons beaucoup d'arguments juridiques pour que les choses se passent au moins mal: appliquons-les.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Paul Lecoq.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Il faut réagir à l'aveu de faiblesse de la ministre, qui déclare qu'elle n'a pas les moyens et que les services publics de l'État ne sont pas organisés pour faire appliquer la loi.

Eh bien, organisez-les! Ce que vous proposez là est un recul. (*Mme Delphine Batho applaudit.*) Ce n'est pas grave, nous saurons nous débrouiller, mais vous invitez les gens qui ont le souci de l'environnement, de l'écologie et de la biodiversité, contrairement à vous, à éteindre eux-mêmes les enseignes lumineuses, qui vont donc devenir des zones à défendre – en tout cas des zones à éteindre.

J'espère que la population va réagir vigoureusement à votre aveu de faiblesse gouvernementale. Comme vous n'êtes pas capables de faire appliquer la loi, vous renvoyez cela sur les maires, et vous dites en plus que ce n'est pas très grave si la loi n'est pas complètement appliquée. C'est scandaleux! Bientôt, vous renverrez sur les maires l'accueil aux urgences à l'hôpital, parce que vous ne mettez pas les moyens pour l'accueil de nuit, et une multitude d'autres dispositions que vous ne pouvez – ou ne voulez – plus faire appliquer!

Vous expliquez encore que le Conseil constitutionnel risque de censurer la disposition, alors que nous avons inscrit les questions environnementales dans la Constitution. C'est n'importe quoi! Laissez le Conseil constitutionnel prendre sa décision! Je pense que les sages du Conseil accepteraient l'idée qu'il faille éteindre toutes les vitrines et enseignes lumineuses la nuit pour protéger l'environnement et les personnes.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Ce n'est pas du tout ce qui est proposé par les amendements! Il faut lire!

**M. le président.** La parole est à M. Erwan Balanant.

**M. Erwan Balanant.** Je comprends assez la colère de M. Lecoq: il y a des textes qui ne sont pas appliqués aujourd'hui. J'ai été élu local...

**M. Jean-Paul Lecoq.** Moi aussi! J'ai été maire!

**M. Erwan Balanant.** Quand j'étais maire adjoint, j'ai participé à la mise en place d'un règlement local de publicité. Ce ne fut pas une affaire simple. Il y a une vraie demande des citoyens pour traiter ce sujet.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Bien sûr!

**M. Erwan Balanant.** Offrons donc aux élus la possibilité de le faire! Les élus sont sur le terrain, ce sont eux qui peuvent aller voir les gens qui veulent une vitrine lumineuse et leur expliquer le règlement, ce qui est tout de même mieux que de recevoir une notification de la préfecture. C'est du bon sens local, cette sorte de délégation aux maires. Quand j'ai élaboré ce RLP, je n'avais pas les outils. Avec ces dispositions, je les aurais eus: ça change tout.

**M. Jean-Marie Sermier.** Ça ne change rien du tout !

**M. Erwan Balanant.** On ne cesse de dire qu'il faut donner du pouvoir aux élus, aux territoires, cela revient toutes les trois phrases,.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Il y a la loi, aussi !

**M. Erwan Balanant.** ...mais dès que ça devient concret, c'est : « non, il faut que ce soit le pouvoir régalién. » Cela ne marche pas comme ça !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général de la commission spéciale.** Très bien !

**M. Erwan Balanant.** Avançons. Je pense que c'est une bonne mesure.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Bientôt, on fera la même chose pour le niveau de pollution des cheminées ! C'est n'importe quoi !

**M. le président.** Monsieur Lecoq, s'il vous plaît...

**M. Jean-Paul Lecoq.** Attendez, monsieur le président : c'est n'importe quoi !

*(Les amendements identiques n° 3737 rectifié et 5091 rectifié ne sont pas adoptés.)*

*(L'amendement n° 5390 rectifié n'est pas adopté.)*

*(Les amendements identiques n° 535, 893 et 6929 ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements identiques n° 4192 et 6512 ne sont pas adoptés.)*

*(L'amendement n° 1154 2ème rectification n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 6231 de Mme Patricia Mirallès est défendu.

*(L'amendement n° 6231, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 5513 de Mme Aude Luquet est défendu.

*(L'amendement n° 5513, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 6622 rectifié de M. Sébastien Cazenove est défendu.

*(L'amendement n° 6622 rectifié, accepté par la commission et le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 6241 de Mme Patricia Mirallès est défendu.

*(L'amendement n° 6241, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n° 450.

**M. Jean-Marie Sermier.** Madame la ministre, c'est encore un recul : alors qu'il est actuellement prévu que les amendes pour les publicités illégales soient appliquées autant de fois que l'on constate la publicité, vous allez supprimer cette précision dans la loi, de sorte que l'on pourra avoir des

dizaines de fois une publicité illégale avec la même amende. Nous proposons, par cet amendement de Mme Anthoine, d'en rester à la législation en vigueur, à savoir une amende qui s'applique autant de fois que la publicité illégale est constatée.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** L'objectif de cet alinéa est de nous mettre en conformité avec le droit commun des amendes délictuelles. C'est une simple coordination. Demande de retrait.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Cette suppression a pour objectif de sécuriser juridiquement l'article L. 581-34 du code de l'environnement en écartant tout risque de censure constitutionnelle dans la mesure où cet article applique une peine délictuelle, puisqu'il s'agit d'une peine supérieure à 1 500 euros, en l'espèce 7 500 euros, et non le régime contraventionnel. Nous avons là un vrai risque juridique. Voilà pourquoi nous avons procédé à cette suppression. Avis défavorable.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier.

**M. Jean-Marie Sermier.** Je ne retire pas l'amendement, car c'est la législation en vigueur : cela s'applique et n'a été remis en cause par personne. En revanche, avec une amende unique pour une multitude de publicités, nous ne pourrions plus combattre le phénomène : le publicitaire aura tout intérêt à prévoir beaucoup d'affiches dans l'illégalité, sachant que sa peine sera de toute façon toujours la même.

**M. Jean-Paul Lecoq.** C'est fait exprès !

*(L'amendement n° 450 n'est pas adopté.)*

**M. Jean-Paul Lecoq.** Cette loi est faite pour les publicitaires, pour les lobbys !

**M. le président.** La parole est à M. Gérard Manuel, pour soutenir l'amendement n° 2389.

**M. Gérard Manuel.** Il y a beaucoup de confusion dans cet article. Le rôle de police du maire est efficace. Jean-Marie Sermier, qui a longtemps été maire de Dole, pourrait vous l'affirmer. En tant qu'ancien maire adjoint à Troyes, la ville du président de l'Association des maires de France, je peux vous dire que cela fonctionne très bien.

Nous en revenons donc à la discussion de cette nuit : quel est le sens véritable de cet article ? Les pouvoirs de police du maire sont clairs dans le code général des collectivités territoriales, notamment à l'article 2212-1, qui les précise bien, et dans de nombreux domaines, y compris le secteur environnemental. En plus d'être anachroniques, ces deux alinéas 30 et 31 n'apportent rien, si ce n'est de la confusion.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ils sont utiles pour les lobbys !

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je ne comprends pas bien l'argumentation. Vous nous avez d'abord dit qu'il ne fallait pas transférer cette compétence aux maires, car il existait un risque que certains ne puissent l'exercer. Là, vous voulez supprimer des alinéas qui permettent de la déléguer à l'EPCI lorsque celui-ci est compétent en matière de plan local d'urbanisme – PLU – ou de RLP. Il faut évidemment

maintenir cette faculté: si le RLP a été établi au niveau de l'EPCI, ce dernier doit pouvoir continuer à s'en saisir. Demande de retrait, sinon avis défavorable.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Le transfert de la police de la publicité au président des EPCI n'est qu'une faculté: le maire peut s'y opposer, il peut garder son RLP et continuer à exercer la police de la publicité s'il le souhaite, sans empêcher les autres membres de l'EPCI de confier leur pouvoir de police de la publicité à ce dernier. Une grande liberté est donc laissée aux élus: c'est une flexibilité qui permet de s'adapter à chaque situation sur les territoires. Avis défavorable.

*(L'amendement n° 2389 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n°s 3191 de Mme Patricia Lemoine, 2369 de Mme Lise Magnier et 3688 de M. Christophe Jerretie sont défendus.

*(Les amendements n°s 3191, 2369 et 3688, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Naillet, pour soutenir l'amendement n° 2977.

**M. Philippe Naillet.** C'est un amendement de cohérence. Il ne s'agit pas de réduire les RLP à la seule dimension environnementale mais, compte tenu de notre vote à l'article 1<sup>er</sup>, de prendre également en considération cette dimension. Aujourd'hui, les collectivités n'ont aucun moyen de contrôle sur le contenu des messages publicitaires.

**M. le président.** Sur l'article 6, je suis saisi par le groupe La République en marche d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

**Mme Delphine Batho.** Très bonne idée!

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur l'amendement n° 2977 ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Oui, les maires auront demain, grâce à l'article 6, compétence sur les modalités d'affichage de la publicité, mais ils n'ont pas voix au chapitre sur les contenus: il est normal que ce ne soient pas les maires qui décident quels contenus pourraient ou ne pourraient pas être affichés. Nous avons déjà eu des polémiques, par exemple sur des affiches de cinéma dont certains maires ne voulaient pas car ils n'étaient pas en accord avec le contenu des films. Avec cet amendement, on rendrait légales ce type de pratiques. Avis très défavorable.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Défavorable.

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Naillet.

**M. Philippe Naillet.** Je me suis sans doute mal fait comprendre: mon amendement propose tout simplement que lorsque les messages publicitaires sont en contradiction avec ce que nous avons voté à l'article 1<sup>er</sup>, les maires puissent les empêcher. Si nous ne prenons pas cette mesure, nous aurons encore de ces publicités qui sont du blanchiment.

*(L'amendement n° 2977 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je mets aux voix l'article 6.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	62
Nombre de suffrages exprimés .....	58
Majorité absolue .....	30
Pour l'adoption .....	47
contre .....	11

*(L'article 6, amendé, est adopté.)*

## Article 7

**M. le président.** La parole est à M. Pierre-Yves Bournazel.

**M. Pierre-Yves Bournazel.** L'article 7 va donner aux collectivités territoriales la possibilité d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses. La pratique actuelle ne répondant plus aux exigences de la transformation écologique, il était nécessaire de changer la loi.

Les publicités et enseignes lumineuses ont de multiples impacts – des impacts profondément néfastes, qu'il s'agisse de la pollution visuelle ou de la dégradation du cadre de vie, car elles participent à la saturation de l'espace public et contribuent ainsi au stress des habitants, notamment dans les zones urbaines et métropolitaines. Je l'observe personnellement à Paris: ces publicités et enseignes ont des conséquences majeures sur la santé. Elles ont également un effet néfaste sur la consommation énergétique et la biodiversité. La diminution de la pollution lumineuse recouvre donc des enjeux cruciaux. Je salue la disposition concrète prévue à l'article 7: elle répond à une réelle attente des citoyens en matière d'écologie. C'est la raison pour laquelle le groupe Agir ensemble votera en faveur de cet article.

Toutefois, je souhaiterais qu'on aille beaucoup plus loin pour réduire la publicité en général dans l'espace public, et notamment dans les métropoles et les centres urbains. À Paris, j'avais proposé de supprimer différents espaces publicitaires pour permettre aux citoyens de reconquérir l'espace public en développant la végétalisation ou les espaces d'expression associative. Nous devons favoriser des villes plus sobres, plus écologiques et plus participatives.

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements identiques, n°s 1, 74, 338, 603, 718, 1284, 1919, 1968, 1973, 2148, 2193, 2542, 3104, 3692, 3764, 3889, 3934, 4806, 5750, 7046 et 7062, qui tendent à supprimer l'article 7.

La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n° 1.

**M. Jean-Marie Sermier.** Cet amendement, déposé à l'initiative de notre collègue Vincent Descoeur, vise à supprimer l'article 7. Pierre-Yves Bournazel vient de le souligner lui-même: cet article ne propose aucune disposition nouvelle en vue de lutter contre les publicités et enseignes lumineuses; il est en outre incomplet. Nous faisons la même analyse que lui.

Madame la ministre, vous avez affirmé il y a quelques instants que l'État n'était pas en capacité de contrôler l'application des textes qui fixent actuellement la réglementation en matière de régulation locale de la publicité. Plutôt que de

rédiger un nouveau texte, nous vous demandons de prendre les moyens nécessaires pour faire appliquer la réglementation existante.

Quant au rôle des élus, dont il était question tout à l'heure, s'ils ont en effet les moyens d'agir dans le cadre du règlement local de publicité, bien évidemment avec l'aide des services de l'État, il ne leur appartient pas, notamment dans les zones rurales, de veiller à la bonne application de ce règlement, qui relève de l'État. En somme, appliquons les textes existants avant d'en créer de nouveaux.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Bravo !

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 74 de M. Julien Dive, 338 de M. Marc Le Fur, 603 de M. Emmanuel Maquet et 718 de Mme Laurence Trastour-Isnart sont défendus.

La parole est à M. Guy Bricout, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 1284.

**M. Guy Bricout.** Je défends cet amendement au nom de mon collègue Christophe Naegelen.

En plus d'entraîner une aggravation spectaculaire de la complexité administrative, la disposition prévue à l'article 7 constitue une atteinte disproportionnée au droit de la propriété et à la liberté du commerce et de l'industrie. Cette intrusion dans l'organisation d'une propriété privée et dans la politique commerciale des entreprises est excessive.

De plus, le commerce de proximité et les centres-villes seront les premières victimes d'une telle mesure, alors que la réglementation actuelle est déjà extrêmement stricte et que les commerçants de centre-ville sont particulièrement touchés par la situation économique actuelle. C'est pourquoi il est proposé de supprimer l'article 7.

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 1919 de M. Patrick Hetzel, 1968 de M. Xavier Breton, 1973 de Mme Valérie Beauvais, 2148 de M. Charles de Courson, 2193 de M. Arnaud Viala, 2542 de M. Thibault Bazin, 3104 de Mme Anne-Laure Blin, 3692 de M. Christophe Jerretie, 3764 de M. Jean-Louis Bricout, 3889 de M. Ian Boucard, 3934 de Mme Marie-Christine Dalloz, 4806 de Mme Isabelle Valentin, 5750 de M. Benoit Potterie, 7046 de Mme Perrine Goulet et 7062 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt sont défendus.

Quel est l'avis de la commission sur ces amendements de suppression ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Avis défavorable, comme toujours sur des amendements de suppression— là encore, je ne peux que me répéter. Les travaux en commission spéciale ont permis de faire évoluer l'article 7 afin de prendre en considération les avis du Conseil d'État sur deux points.

Tout d'abord, nous avons supprimé le quatrième alinéa de l'article, qui prévoyait une autorisation préalable du maire. Cette suppression était nécessaire pour rassurer nos commerçants.

Ensuite, nous avons fait en sorte de limiter la portée de l'article aux publicités et enseignes lumineuses qui ont un impact environnemental. Il ne vise donc pas tant les affiches accrochées par les commerces que la pollution lumineuse de leurs vitrines.

C'est dans cet esprit que les membres de la commission spéciale ont retravaillé de concert l'article 7, qui s'applique désormais exclusivement aux cas de pollution lumineuse, là où il y a un impact environnemental, sans soumettre les publicités et enseignes lumineuses à une autorisation préalable du maire.

Nous examinerons également plusieurs amendements visant à accorder aux commerçants un délai d'adaptation de deux ans afin de leur permettre d'appliquer dans les meilleures conditions les nouvelles dispositions de l'article 7, pour autant que les maires s'en saisissent.

Au total, nous aurons avec cet article un dispositif très sécurisé. C'est la raison pour laquelle je suis défavorable aux amendements demandant sa suppression.

**M. Jean-Paul Lecoq.** N'importe quoi !

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Aujourd'hui, les publicités lumineuses installées à l'intérieur des vitrines et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation ne peuvent faire l'objet d'aucune réglementation à l'échelon communal ou intercommunal, à une exception près : quand l'utilisation du local est principalement celle d'un support de publicité. Il existe donc une différence de régime selon qu'une publicité, numérique ou non, ou une enseigne lumineuse est située à l'intérieur ou à l'extérieur d'une vitrine, alors même que sa visibilité sur la voie publique est identique. Plus simplement, un même dispositif, orienté dans la même direction et pour le même but, est soumis à deux régimes juridiques distincts selon qu'il est à l'intérieur ou l'extérieur de la vitrine.

L'article 7 est un article de bon sens. Il vient combler un vide juridique et donne une compétence supplémentaire aux maires. Je tiens d'ailleurs à le dire clairement : je ne crois pas du tout que les maires soient des irresponsables...

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Très bien ! Bien sûr !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** ...qui vont utiliser cette nouvelle disposition pour tuer les petits commerces. Le Gouvernement fait confiance aux maires et leur donne les moyens, par un dispositif équilibré, d'améliorer la qualité de vie dans les villes et de lutter contre la pollution lumineuse, tout en garantissant la liberté de commerce et de concurrence, à laquelle les commerçants sont légitimement attachés. Contrairement à certains, nous avons toute confiance dans les élus de terrain. Je demande donc le retrait de ces amendements de suppression.

**M. Pacôme Rupin.** Défendez les territoires, chers collègues du groupe Les Républicains !

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Paul Lecoq.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Vous ne cessez de répéter que vous avez toute confiance dans les maires,...

**Mme Valérie Beauvais.** C'est quand ça les arrange !

**M. Jean-Paul Lecoq.** ...mais les maires sont aussi des élus de la République à protéger ! Certains d'entre vous ont été maires, me semble-t-il !

**Plusieurs députés du groupe LR.** Eh oui !

**M. Jean-Paul Lecoq.** Vous connaissez donc les pressions qu'ils subissent ! De quel outil disposent-ils pour faire valoir le droit dans leur commune ? De la loi nationale ! C'est le cadre que nous fixons ici qui permet aux maires de faire respecter la réglementation.

**M. Erwan Balanant.** Tout à fait !

**M. Jean-Paul Lecoq.** Vous semblez considérer qu'ils doivent à la fois construire le cadre, c'est-à-dire légiférer, et le faire appliquer – mais c'est les placer dans une position impossible ! Peut-être avez-vous été maires de très grandes villes et pouviez-vous vous appuyer sur une police municipale, mais les maires de villes de 3 000 habitants en sont privés et doivent régler eux-mêmes les problèmes avec les commerçants !

En cédant à des lobbys, vous reculez sur des dispositions essentielles. Ce n'est pas normal de placer les maires dans cette position ! (*Applaudissements sur les bancs des groupes LR et FI. – Mme Delphine Batho applaudit également.*)

**M. le président.** La parole est à M. Erwan Balanant.

**M. Erwan Balanant.** J'aimerais bien savoir de quels lobbys vous parlez, monsieur Lecoq !

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ceux de la publicité !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous voulons justement la réduire !

**M. Erwan Balanant.** Dans mes anciennes fonctions, j'étais précisément chargé de cette question. Le seul lobby auquel je faisais face était le lobby citoyen, qui protestait sur la place excessive de la publicité dans et à l'entrée de la ville et qui me demandait de faire quelque chose.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ils avaient raison !

**M. Erwan Balanant.** À l'époque, il nous était difficile d'agir car nous ne disposions pas des bons outils. Le projet de loi propose justement des outils plus efficaces. Je ne comprends donc pas votre opposition. (*Mme Mathilde Panot proteste.*)

**M. le président.** La parole est à M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général de la commission spéciale.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général de la commission spéciale.** Je ne comprends pas votre position, monsieur Lecoq. Faisons le parallèle avec l'urbanisme : il existe des règles nationales d'urbanisme,...

**M. Erwan Balanant.** Exactement !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** ...mais aussi un plan local d'urbanisme, à l'initiative du maire, et une police de l'urbanisme, placée sous son autorité. La situation est ici équivalente. Des pressions s'exercent sur le maire en matière d'urbanisme comme en matière d'environnement. Le code de l'environnement prévoit des règles s'agissant de la publicité – le maire ne fait pas ce qu'il veut –, mais le projet de loi donne aux élus locaux des pouvoirs supplémentaires s'agissant des publicités et enseignes lumineuses.

Quant aux « lobbys » – on dirait un mot magique dans votre bouche ! –, l'article 7 se contente en réalité de donner aux maires la possibilité de réduire la place des publicités et enseignes lumineuses – pas de l'augmenter, de la réduire !

**Mme Mathilde Panot.** Ils n'ont plus le droit de l'interdire !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** C'est donc tout le contraire de ce que vous dites.

(*Les amendements identiques n<sup>os</sup> 1, 74, 338, 603, 718, 1284, 1919, 1968, 1973, 2148, 2193, 2542, 3104, 3692, 3764, 3889, 3934, 4806, 5750, 7046 et 7062 ne sont pas adoptés.*)

**M. Jean-Paul Lecoq.** À deux voix près !

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 58 de Mme Delphine Batho, 3652 de Mme Anne-France Brunet et 5092 de M. André Chassaingne, qui peuvent être soumis à une discussion commune, sont défendus.

(*Les amendements n<sup>os</sup> 58, 3652 et 5092, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.*)

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 6930 de M. Dominique Potier et 7047 de Mme Perrine Goulet sont défendus.

(*Les amendements n<sup>os</sup> 6930 et 7047, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.*)

**M. le président.** Sur l'amendement n<sup>o</sup> 5846, je suis saisi par le groupe Les Républicains d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Je suis saisi de trois amendements, n<sup>os</sup> 1705, 3954 et 5846, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n<sup>os</sup> 1705 et 3954 sont identiques.

La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 1705.

**Mme Valérie Beauvais.** Transférer aux maires le pouvoir d'intervenir sur l'aménagement intérieur des lieux privés que sont les magasins est susceptible de porter atteinte au droit de la propriété. En outre, l'habilitation donnée aux règlements locaux de publicité peut provoquer des distorsions de concurrence contraires au droit et préjudiciables à l'activité commerciale selon les règles mises en œuvre au niveau local et la façon dont elles seront appliquées.

Ainsi, un même dispositif lumineux pourrait donner lieu à un encadrement strict d'un côté de la rue et à une règle plus souple de l'autre côté de la même rue, voire à aucune règle du tout dans les cas, au demeurant fréquents, où une voie publique délimite les territoires de deux communes voisines.

C'est pourquoi il doit être fait expressément référence au respect des exigences du droit de la propriété et du droit de la concurrence, afin d'explicitier dans quel esprit doivent être élaborés les règlements locaux de publicité. Je vous propose donc, à l'alinéa 3, d'insérer après le mot « prévoir » les mots « dans le respect du droit de la propriété et du droit de la concurrence ».

**M. Marc Le Fur.** Très bien !

**M. le président.** L'amendement identique n<sup>o</sup> 3954 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt est défendu.

La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 5846.

**M. Jean-Marie Sermier.** Un pouvoir supplémentaire vient d'être donné aux collectivités pour réglementer les enseignes situées à l'intérieur des vitrines. Nous souhaitons éviter toute distorsion de concurrence. Comme l'a dit notre collègue Beauvais, il serait inadmissible qu'au sein d'une même collectivité intercommunale, deux communes voisines puissent voir s'appliquer des réglementations différentes.

Valérie Beauvais a donné un exemple très courant dans les zones denses, celui d'un ensemble intercommunal dans lequel c'est la rue elle-même qui fait office de limite entre deux communes. Plus généralement, lorsque quelques dizaines de communes forment un même EPCI, il est important que la réglementation soit cohérente sur l'ensemble du territoire intercommunal, afin d'assurer le respect par tous de nos engagements en matière de concurrence.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je l'ai déjà dit en réponse aux amendements de suppression de l'article : les modifications apportées lors de l'examen en commission spéciale permettent précisément de répondre aux réserves qui ont été émises par le Conseil d'État en vertu de la nécessité de protéger le droit de propriété de nos commerçants, l'esprit d'entreprise et la libre entreprise.

Les principes que vous évoquez ont valeur constitutionnelle ; personne ne saurait donc y déroger, ni un règlement local de publicité ni – encore moins – la loi que nous sommes en train d'écrire. Il n'est pas nécessaire de rappeler à chaque fois les principes constitutionnels, ou alors il faudrait le faire pour chacun des articles et pour chacune des lois que nous rédigeons. Il s'agit d'un principe à valeur constitutionnelle qui doit être garanti, et les réserves du Conseil d'État nous ont déjà conduits à modifier l'article 7 de manière substantielle. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Il ne s'agit pas d'interdire la publicité de manière générale et absolue, mais bien d'encadrer, à l'aide des RLP, les affichages situés dans les vitrines. Ce n'est pas du tout la même chose. Le règlement local de publicité étant un acte administratif, il peut être attaqué en tant que tel s'il ne respecte pas le droit de la concurrence. Le dispositif est créé dans le plus pur respect du droit. Je vous demande donc de retirer vos amendements ; à défaut, avis défavorable.

**M. le président.** La parole est à M. Marc Le Fur.

**M. Marc Le Fur.** Je m'interroge vraiment sur le rapport entre de telles dispositions et le climat, car je trouve que nous sommes vraiment très loin du climat. Vous dites qu'elles permettraient d'agir sur la consommation d'électricité, mais il est aussi question d'enseignes qui ne sont pas lumineuses !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Non, d'enseignes lumineuses.

**M. Marc Le Fur.** Je ne comprends pas très bien.

En revanche, je comprends ce que vont comprendre nos commerçants. Il y a quelques heures, nombre d'entre eux se sont vu notifier la fermeture de leur commerce...

**M. Erwan Balanant.** Quel rapport ?

**M. Marc Le Fur.** C'est bien le sujet ! Ça tombe sur les mêmes personnes. Le rapport, il est là, monsieur Balanant ! Pardonnez-moi, mais ce sont les commerçants de Concarneau et d'autres lieux qui vont en pâtir ! On ferme leurs commerces et en plus, on leur explique qu'ils ne seront plus libres de leurs actions à l'intérieur de leurs propres locaux – je ne parle pas de la voie publique, où c'est très légitime. C'est tout de même un peu surprenant, d'autant plus que ces dispositions vont essentiellement pénaliser les commerçants de centre-ville. Pourtant, ils se trouvent déjà soumis à la concurrence de la grande distribution, pour qui 2020 a été, il faut le rappeler, l'année du siècle, mais aussi du commerce en ligne, qui s'est fortement intensifié – les achats en ligne se multiplient et les colis arrivent maintenant dans tous les foyers, livrés par la Poste et par d'autres transporteurs.

Ces commerçants, qui se sentent déjà marginalisés, ont le sentiment que le climat sert de prétexte pour les pénaliser encore davantage. Revenons à des mesures raisonnables, permettons à ces gens de travailler ! Laissons-les faire en sorte que leurs vitrines soient attractives – cela fait partie de l'activité commerciale – au lieu de les pénaliser.

*(Les amendements identiques n° 1705 et 3954 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je mets aux voix l'amendement n° 5846.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	65
Nombre de suffrages exprimés .....	62
Majorité absolue .....	32
Pour l'adoption .....	9
contre .....	53

*(L'amendement n° 5846 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n° 6932.

**M. Dominique Potier.** C'est l'occasion de rappeler en quelques mots notre philosophie. La droite peut être rassurée : la Constitution ne sera pas atteinte par les dispositions de cet article. Si c'était le cas, on ne pourrait plus réglementer les façades, or c'est bien ce à quoi sert le droit de l'urbanisme. Les vitrines et leur contenu font partie des zones exposées à l'espace public ;...

**M. Marc Le Fur.** Là, c'est l'intérieur !

**M. Dominique Potier.** ...à ce titre, ils méritent d'être encadrés. Nous soutenons donc la mesure qui vient d'être discutée et nous voulions absolument le préciser.

Madame la rapporteure, un de vos amendements adoptés en commission a permis de mentionner les enseignes « lumineuses » ; nous souhaitons préciser qu'il peut également s'agir d'enseignes « éclairées par projection ou transparence ». Cela peut paraître technique, mais il convient de vérifier la portée du dispositif que nous créons. S'il inclut les enseignes dont je parle, je retirerai mon amendement ; sinon, il faudrait ajouter cette précision.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Les enseignes éclairées par projection ou par transparence sont bien comprises dans les « enseignes lumineuses » ; votre demande est donc satisfaite par l'amendement adopté en commission spéciale.

*(L'amendement n° 6932 est retiré.)*

**M. le président.** Je suis saisi de trois amendements, n°s 3074, 1990 et 4543, pouvant être soumis à une discussion commune.

L'amendement n° 3074 de M. Éric Pauget est défendu.

La parole est à M. Stéphane Buchou, pour soutenir l'amendement n° 1990, qui fait l'objet d'un sous-amendement n° 7308.

**M. Stéphane Buchou.** Il vise à préciser le cadre exposé tout à l'heure par Mme la rapporteure. L'article R.581-59 du code de l'environnement énonce des règles d'extinction des écrans et des enseignes lumineuses situés à l'extérieur des commerces. Le présent amendement vise à faire appliquer les mêmes règles aux écrans et enseignes situés à l'intérieur des vitrines, de manière à ce que les maires disposent d'un cadre plus précis pour réglementer, le cas échéant, les vitrines des commerces de leur commune.

**M. le président.** La parole est à M. Guillaume Kasbarian, pour soutenir le sous-amendement n° 7308.

**M. Guillaume Kasbarian.** Il vise à supprimer la mention précisant que les horaires d'extinction qui devront s'appliquer aux enseignes situées à l'intérieur des vitrines seront « identiques à la réglementation en vigueur pour les enseignes lumineuses ». L'article 7 doit permettre de donner aux maires des outils pour lutter contre la pollution lumineuse ; les horaires d'extinction en sont un levier, en particulier entre une heure et six heures du matin, comme le prévoit le code de l'environnement

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n° 4543.

**M. Jean-Marie Sermier.** Je rappelle, en défendant l'amendement de notre collègue Éric Pauget, que la précision demandée par M. Potier n'était pas inutile, puisque l'article vise non seulement les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines, mais plus généralement l'ensemble des lumières projetées depuis un commerce. Si je comprends bien, une simple ampoule placée dans une vitrine pour mettre en valeur un produit quelconque...

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Mais non !

**M. Jean-Marie Sermier.** ...peut désormais faire l'objet d'un encadrement par le règlement local de publicité. Est-ce bien ce que nous sommes en train de voter, madame la ministre ? Oui ou non ?

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Les amendements qui viennent d'être présentés permettent de mentionner explicitement l'un des éléments que l'article 7 souhaitait évidemment inclure, à savoir les horaires d'extinction. Je serai donc favorable à l'amendement n° 1990 de M. Buchou sous-amendé par Guillaume Kasbarian.

Monsieur Sermier, vous aurez remarqué que dans le texte voté en commission spéciale, seules sont mentionnées « les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses ». Si vous

avez peur qu'à l'avenir il ne soit plus possible d'installer une guirlande lumineuse sur un sapin de Noël dans une vitrine, je vous rassure : ce n'est pas ce qui est visé par cet article.

**M. Marc Le Fur.** Dans certaines villes, on a peur, en effet !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il y a tout de même du bon sens dans le texte tel qu'il est rédigé !

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Avis favorable à l'amendement n° 1990 de Stéphane Buchou, qui précise utilement que les règles relatives à l'extinction des enseignes lumineuses extérieures pourront s'appliquer aux publicités et enseignes situées à l'intérieur des vitrines, sous réserve de l'adoption du sous-amendement n° 7308 présenté par M. Kasbarian.

Il me paraît utile de laisser aux maires la liberté d'adapter les horaires d'extinction afin qu'ils puissent parfois les étendre, par exemple dans le cas de petites communes qui organisent des trames noires pour mieux préserver la biodiversité. Il faudrait que de telles dispositions puissent aussi s'appliquer aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines.

**M. le président.** La parole est à M. Marc Le Fur.

**M. Marc Le Fur.** Je réitère ma question, puisque je vois que vous n'y répondez pas. Il existe trois types de commerces : le commerce en ligne, qui n'est pas touché par cette nouvelle contrainte, la grande distribution, qui ne l'est pas non plus, et le commerce de proximité, de centre-ville et de centre-bourg, qui risque d'être pénalisé alors qu'il est déjà en difficulté, qu'il doit fermer en ce moment même et qu'il est défavorisé en matière fiscale – en particulier par rapport au commerce en ligne qui, comme chacun sait, échappe à bien des fiscalités.

Et vous voudriez en plus le réglementer, non plus seulement à l'extérieur mais à l'intérieur même des boutiques, sous un prétexte climatique dont je ne vois pas la réalité ! Je m'interroge et je crois que l'acharnement que subissent ces commerçants devient très redoutable. Je tiens à le dénoncer ici, à l'Assemblée.

**M. le président.** La parole est à Mme la ministre.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** On tombe ici dans la démagogie la plus profonde. *(Exclamations sur les bancs du groupe LR.)* Les commerçants savent parfaitement qu'ils sont aidés par le Gouvernement...

**M. Marc Le Fur.** Vous les fermez, surtout ! Ils ne demandent qu'à travailler !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** ...qui a investi des moyens énormes pour qu'ils puissent faire face à la situation très difficile que nous traversons. Je ne vais pas énumérer l'ensemble des aides qui ont été créées pour les aider, mais je rappelle aussi qu'il existe des politiques, notamment le programme Action cœur de ville, qui visent précisément à redynamiser les centres-villes. Je veux bien débattre des moyens d'aller plus vite, mieux et plus fort, mais je pense qu'une démagogie aussi profonde *(Nouvelles exclamations sur les bancs du groupe LR.)* n'est pas du niveau attendu par nos concitoyens.

**M. Jean-Marie Sermier.** Vous n'aimez pas les commerçants !

**M. Erwan Balanant.** Mieux vaut être sourd que d'entendre ça !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je rappelle aussi que vous avez voté hier ou avant-hier – le plaisir d’être avec vous me fait perdre la notion du temps – un article permettant de développer l’éducation à l’environnement. Or si l’on suit votre raisonnement, monsieur Le Fur, dans l’immédiat, l’éducation n’a pas de conséquences notables sur le climat. Mais elle a des conséquences sur les comportements et sur les actions des citoyens, dont nous savons qu’ils ont une influence sur le climat. La publicité, elle aussi, a une influence sur les comportements des consommateurs et donc sur le climat, chacun le sait : le fait de réduire l’exposition à la publicité – qui est omniprésente – fait d’ailleurs partie des mesures proposées par les membres de la convention citoyenne pour le climat. Cela permet en outre de traiter la question de la pollution lumineuse. Si vous ne voyez pas le lien, d’autres le voient.

*(L’amendement n° 3074 n’est pas adopté.)*

*(Le sous-amendement n° 7308 est adopté.)*

*(L’amendement n° 1990, sous-amendé, est adopté; en conséquence, l’amendement n° 4543 tombe.)*

**M. le président.** Je suis saisi de trois amendements, n°s 6251, 1193 et 3134, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n°s 1193 et 3134 sont identiques.

Les amendements n°s 6251 de M. Guillaume Kasbarian, 1193 de M. Marc Le Fur et 3134 de Mme Lise Magnier sont défendus.

Quel est l’avis de la commission sur ces amendements ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je suis défavorable au premier, mais favorable aux deux amendements identiques, qui permettent de supprimer le mot « emplacement » dont le sens est ambigu : s’agit-il d’un emplacement géographique ou dans la vitrine ?

**M. le président.** Quel est l’avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Même avis.

*(L’amendement n° 6251 est retiré.)*

*(Les amendements identiques n°s 1193 et 3134 sont adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à M. Stéphane Buchou, pour soutenir l’amendement n° 1989.

**M. Stéphane Buchou.** S’inscrivant dans la même logique que mon amendement précédent, celui-ci propose de réduire l’emprise des écrans à 50 % de la surface totale des vitrines, afin d’atteindre un double objectif : éviter l’effet « mur d’écrans » ; permettre aux commerçants de pouvoir librement agencer leurs vitrines...

**M. Raphaël Schellenberger.** Enfin de la liberté !

**M. Stéphane Buchou.** ...– ce qui fera plaisir au président Le Fur – dans un cadre qui le permet. Il pourrait permettre de réconcilier deux positions dont nos débats montrent qu’elles sont opposées.

*(L’amendement n° 1989, repoussé par la commission et le Gouvernement, n’est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Pierre-Yves Bournazel, pour soutenir l’amendement n° 4882.

**M. Pierre-Yves Bournazel.** Déposé par ma collègue Valérie Petit, cet amendement tend à remplacer les mots « et de prévention des nuisances lumineuses » par les mots « et de respect de la trame noire ». Plus précise, cette formulation permet de se concentrer sur la préservation de corridors écologiques locaux. Il ne s’agit pas seulement de prévenir les nuisances lumineuses, mais bien de restaurer un réseau écologique propice à la vie nocturne. L’adoption de cet amendement permettrait donc de mieux respecter la biodiversité nocturne. Il serait bon que la loi évolue, à un moment où de nombreuses collectivités territoriales ont déjà engagé un travail en ce sens.

**M. le président.** Quel est l’avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le règlement local de publicité peut déjà prévoir des prescriptions concernant les nuisances lumineuses, et donc la trame noire chère à Valérie Petit. L’amendement étant satisfait, je demande son retrait.

*(L’amendement n° 4882, ayant reçu un avis défavorable du Gouvernement, est retiré.)*

**M. le président.** L’amendement n° 608 de Mme Florence Granjus est défendu.

*(L’amendement n° 608, repoussé par la commission et le Gouvernement, n’est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements, n°s 6682 et 7037, pouvant être soumis à une discussion commune.

La parole est à Mme Mathilde Panot, pour soutenir l’amendement n° 6682.

**Mme Mathilde Panot.** Madame la ministre, vous aviez dit que vous n’accepteriez aucun recul dans cette loi, mais vous en avez déjà accepté plusieurs : l’un – le plus dangereux – concerne la rénovation énergétique,...

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Pardon ?

**Mme Mathilde Panot.** ...tandis qu’un autre renvoie les mesures de lutte contre l’artificialisation des sols aux calendes grecques. À cet article, la rapporteure va proposer un amendement visant à faire en sorte que les dispositions sur les publicités et les enseignes lumineuses dans les vitrines ne s’appliquent que dans deux ans, sous prétexte qu’il faut laisser du temps : nous en revenons à l’écologie de la caresse, épisode n° 4837.

Avec le présent amendement, nous essayons de revenir sur l’un des reculs que vous avez acceptés en commission : vous refusez aux maires la possibilité d’interdire les écrans lumineux dans leur ville, puisque vous supprimez l’autorisation préalable. Pourtant, vous n’avez cessé ce matin de vous vanter de donner plus de pouvoir aux maires et de faire confiance aux élus locaux. Pour que vous ne vous dédisiez pas en public, madame la ministre, j’ai repris votre rédaction. Vous pouvez donc être favorable à cet amendement.

Quitte à me répéter, je voudrais revenir sur les arguments incroyables utilisés pour s’opposer à l’interdiction des panneaux publicitaires lumineux qui, comme chacun sait, sont une véritable gabegie énergétique.

**M. Pacôme Rupin.** Mais non !

**Mme Mathilde Panot.** Dans notre pays, 6,7 millions de personnes sont en situation de précarité énergétique, mais on accepte encore des écrans de 2 mètres carrés qui consomment autant qu'un couple avec des enfants !

**M. Pacôme Rupin.** Pas du tout !

**Mme Mathilde Panot.** C'est pour une question de recettes, dites-vous, madame la rapporteure.

Pour cette raison, on accepte des atteintes à notre santé – que vous avez reconnues, madame la ministre – et à la biodiversité. Plus important encore, à mon avis : on accepte de livrer nos vies au marketing des multinationales, de n'être considérés que comme des porte-monnaie à pattes,...

**M. Pacôme Rupin.** C'est totalement idéologique ! N'importe quoi !

**Mme Mathilde Panot.** ...des personnes qui ne sont là que pour acheter. Or, je le répéterai autant qu'il le faudra, nous sommes des êtres de contemplation et d'imagination, des êtres sociaux, et non pas des porte-monnaie à l'usage des multinationales et de leur marketing. Nous nous faisons agresser tous les jours par ces publicités. Il est donc important de légiférer sur cette question, en commençant par refuser les reculs acceptés dans ce texte.

**M. Pacôme Rupin.** Il y a aussi l'esprit critique ! On n'est pas obligé de tout avaler !

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n° 7037.

**M. Dominique Potier.** Je vais le dire autrement : nous devons nous protéger mutuellement dans ce bien commun qu'est l'espace public. Nous devons nous protéger dans l'espace et dans le temps. Par le passé, j'avais fait une demande qui pouvait paraître un peu originale : instaurer un jour sans publicité, estimant que nous avons besoin d'un dimanche sans consommation et sans production pour redonner du sens à nos vies.

Le présent amendement, très prosaïque et précis, m'est inspiré par la mairie de Paris. Il propose, dans des cas spécifiques comme la présence d'un patrimoine architectural exceptionnel, de donner au maire des prérogatives renforcées en matière d'interdiction. Il s'agit de défendre notre patrimoine commun dans ce qu'il a de plus précieux.

Quand il a interdit de bâtir sur le trait de côte dans les années 1970, Valéry Giscard d'Estaing a préservé l'attractivité de notre littoral et sauvé le tourisme français. Dans le même esprit, en régulant la publicité, nous sauvons notre patrimoine commun dans nos villes et dans nos espaces ruraux.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Madame Panot, le célèbre adage « tout ce qui est excessif est insignifiant » me semble s'appliquer à votre argumentation. Nous ne sommes pas vendus aux multinationales...

**M. Jean-Paul Lecoq.** Si, mais vous ne voulez pas le reconnaître !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** ...quand nous considérons qu'il faut un peu de justesse dans la manière de réguler la publicité affichée dans les vitrines de nos commerçants locaux. Vous expliquerez à vos chocolatiers, fleuristes et autres commerçants qu'ils sont vendus au grand capital, ce

qu'ils seront ravis de découvrir. Peut-être pourraient-ils profiter davantage des fruits de ce grand capital... (« Bravo ! » sur quelques bancs du groupe LaREM.)

Quoi qu'il en soit, nous avons en effet assumé de supprimer en commission ce qui était une autorisation préalable, afin de ne pas alourdir de manière excessive les charges administratives qui pèsent sur nos petits commerces. On ne peut pas à la fois défendre le petit commerce et prétendre alourdir ses charges. En conséquence, je suis défavorable à ces amendements. (*M. Guillaume Kasbarian applaudit.*)

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**M. Dominique Potier.** Répondez à Mme Hidalgo ! N'insultez pas l'avenir !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Tout l'intérêt d'un débat parlementaire sur la rédaction d'un texte de loi réside dans le fait que les positions peuvent évoluer après la confrontation des points de vue – lorsque ceux-ci sont exprimés dans le respect de l'autre, bien entendu.

**Mme Mathilde Panot.** J'ai été respectueuse !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** En l'occurrence, à travers le règlement local de publicité, nous avons la possibilité d'encadrer, d'une manière générale, les enseignes et publicités lumineuses mises dans les vitrines. Si nous prévoyons une autorisation préalable pour chaque vitrine, nous allons imposer une lourdeur administrative qui ne sera pas toujours simple à gérer, y compris dans les petites communes. Nous risquons aussi de tomber dans des excès : un maire pourra donner une autorisation à un commerçant qui est un copain et la refuser à un autre avec lequel il a eu de petites bisbilles.

**M. Jean-Marie Sermier.** Cet argument est lamentable ! C'est populiste !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** La régulation inscrite dans le règlement local de publicité pourra prévoir une interdiction ou l'autorisation d'enseignes lumineuses – de toutes les tailles possibles, chacun fera comme il le souhaite. Cette règle générale permettra d'éviter le favoritisme et des attitudes qui dépendraient de la relation entretenue avec le commerçant. C'est plus juste, cela permet de ne pas céder à l'arbitraire. C'est pourquoi j'émet un avis défavorable à ces amendements.

**M. le président.** La parole est à Mme Mathilde Panot.

**Mme Mathilde Panot.** Madame la ministre, expliquez-moi en quoi mes arguments auraient été irrespectueux. J'ai utilisé des arguments politiques. Nous ne sommes pas d'accord, mais je n'ai agressé personne et ne me suis pas livrée à des attaques personnelles.

Ce qui est intéressant, dans votre réponse, c'est que vous dites que le maire pourrait faire du favoritisme à l'égard de certains commerçants. Nous en revenons ici à la question fondamentale soulevée par de précédents amendements : il faut interdire ces publicités lumineuses.

Qui a pensé, un jour, qu'il fallait numériser les publicités et les placer sur des écrans lumineux ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** On n'a pas le droit de faire d'innovation ?

**Mme Mathilde Panot.** C'est une idée aussi bête qu'anti-écologique. Pour le coup, nous assistons à une grosse pression et à une mobilisation citoyenne contre ce phénomène. Les gens veulent résister à ce qu'ils perçoivent comme une agression publicitaire. (*Exclamations sur quelques bancs du groupe LaREM.*)

**M. Pacôme Rupin.** Oh là là !

**Mme Mathilde Panot.** C'est le nom d'une association, alors arrêtez de dire « oh là là » ! Eh bien oui, il y a des gens qui se sentent agressés par la publicité. Vous sous-estimez l'impact de la publicité sur les imaginaires et la nécessité de faire bifurquer notre modèle de société.

**M. Pacôme Rupin.** Ça m'énerve, cet argument !

**Mme Mathilde Panot.** Si ça vous énerve, prenez la parole !

**M. Pacôme Rupin.** Je ne prends pas la parole en raison du temps législatif programmé !

**M. le président.** On vous a entendue, madame Panot. La ministre et la rapporteure vous ont répondu. Vous avez repris la parole et vous avez bien raison sur un point : si des orateurs veulent s'inscrire pour exprimer un point de vue, qu'ils le fassent librement. Nous sommes dans le cadre d'un temps législatif programmé et je vous invite à prendre le micro pour faire part de vos positions.

**M. Thibault Bazin.** Et que ce temps soit décompté !

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Paul Lecoq.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Oui, surtout que la majorité a beaucoup de temps de parole, contrairement à nous. Madame la ministre, j'ai une seule question. Je ne doute pas que vous ayez pris les dispositions nécessaires, mais je voudrais quand même m'en assurer. Alors qu'un couvre-feu s'applique à tout le monde, je présume que, pour des raisons écologiques et énergétiques, vous avez pris des dispositions pour qu'aucune enseigne lumineuse ne fonctionne puisque plus personne n'est censé être dehors la nuit.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier.

**M. Jean-Marie Sermier.** Restons calmes, madame la ministre. Vous avez agressé les élus locaux à plusieurs reprises. Cette remise en cause des maires devient intolérable. À deux reprises, vous avez dit ou laissé entendre que les maires allaient traiter les dossiers de leurs commerçants de façon différente en fonction de leur proximité avec les uns et les autres. C'est ne pas respecter la démocratie. Les maires sont élus, comptables, respectés et respectables. Pour ma part, je leur fais confiance. Sur les bancs du groupe Les Républicains, nous faisons confiance aux maires et nous pensons qu'ils savent appliquer la loi sur le ressort de leur commune en faisant abstraction de leurs sentiments personnels. Il faut faire confiance aux maires, et par conséquent éviter de les attaquer systématiquement. (*Applaudissements sur les bancs du groupe LR.*)

**M. le président.** La parole est à M. le rapporteur général.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Chapeau, chers collègues ! Depuis dix minutes, vous nous expliquez que le pouvoir que nous donnons aux élus représente un grave danger pour les commerçants. (*Protestations sur les bancs du groupe LR.*) C'est exactement ce que vous avez dit ! Cela revient à dire que contrairement à nous, vous ne faites pas confiance aux élus !

**M. Jean-Marie Sermier.** Caricature !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Pour notre part, nous faisons confiance aux élus. Nous leur donnons plus de pouvoir : nous leur transférons la police de la publicité et la possibilité de réguler. Nous faisons confiance aux élus...

**M. Jean-Paul Lecoq.** Non, vous vous déchargez sur eux !

**Mme Valérie Beauvais.** Quand cela vous arrange !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** ...car nous pensons qu'ils vont prendre les bonnes décisions, étant donné qu'ils sont en relation avec leur territoire, qu'ils connaissent leur territoire et leurs concitoyens.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ce n'est pas une question de confiance mais de courage – celui que vous n'avez pas !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Vous, vous dites que cela va être une catastrophe terrible pour les commerçants. C'est le contraire ! C'est nous qui défendons les élus, pas vous !

**M. Pacôme Rupin.** Et c'est la même chose pour la crise sanitaire !

**M. le président.** La parole est à M. Raphaël Schellenberger.

**M. Raphaël Schellenberger.** On peut vous entendre dire beaucoup de choses, mais quand même pas n'importe quoi ! Monsieur Cazeneuve, vous venez de démontrer que c'est nous qui avons raison lors des intéressants débats que nous avons eus hier soir.

Vous voulez confier plus de pouvoirs aux maires en leur transférant de prétendues prérogatives de police quant à la publicité, sans aucune autre base que la loi, parce qu'il semblerait qu'il y ait carence de l'État dans le contrôle des règles en la matière. En somme, ce que vous estimez ne pas être capables de faire, vous allez le demander aux maires ! Et dans le même temps, madame la ministre, vous venez nous dire : « Attention, finalement, mince, des maires vont peut-être prendre des mesures différentes sur un même territoire, au risque de donner dans le favoritisme. » Une ministre de la République peut-elle considérer que les maires, qui sont certes des élus mais aussi des agents de l'État, prennent leurs décisions au faciès ? Non, car si c'était le cas, la justice serait à même de se prononcer. Une ministre ne peut se comporter de la sorte ici ! (*Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LR.*)

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin.

**M. Thibault Bazin.** Il ne faut pas opposer les uns aux autres dans cette lutte contre le réchauffement climatique.

**M. Erwan Balanant.** Précisément : nous ne les opposons pas !

**M. Thibault Bazin.** Les maires n'étaient pas demandeurs des dispositions de cet article 7. Ils sont même plutôt mal à l'aise par rapport à cette espèce de pouvoir que vous allez leur donner, qui rend les choses très compliquées. Le texte manque de clarté : vous avez vous-même souligné que la liberté des commerçants pour arranger leur vitrine sera très difficile à interpréter. Il faut leur permettre de valoriser leurs produits – et certaines dispositions d'ordre écologique peuvent se révéler vertueuses en ce qu'elles valorisent l'excel-

lence française. On le voit bien avec certains produits transparents aux brillances exceptionnelles comme les cristaux, qu'il faut pouvoir mettre en valeur.

**Mme Delphine Batho.** C'est une blague ?

**M. Thibault Bazin.** En matière de police environnementale, les maires attendent beaucoup plus de l'État. Je pense par exemple aux dépôts sauvages. Et j'ai l'impression que nous faisons un peu, ici, de la communication verte, avec ces dispositions sur les vitrines qui ne sont pas à la hauteur de l'enjeu. Il importe que nous répondions aux attentes réelles des maires, ce que ne permet pas l'article 7. (*M. Marc Le Fur applaudit.*)

**M. Jean-Marie Sermier.** Bravo !

(*Les amendements n<sup>os</sup> 6682 et 7037, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.*)

**M. le président.** Sur l'amendement n<sup>o</sup> 3735 rectifié, je suis saisi par le groupe La République en marche d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Sur l'article 7, je suis saisi par le groupe Les Républicains d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à M. Stéphane Buchou, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 1991.

**M. Stéphane Buchou.** Dans un souci de cohérence et d'équité avec les autres supports publicitaires, cet amendement propose que les publicités diffusées sur les écrans à l'intérieur des vitrines respectent en tous points les recommandations du code déontologique de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité – ARPP – en matière de respect et de dignité de la personne humaine, de lutte contre les stéréotypes, contre les discriminations sur des bases ethniques, sexistes ou religieuses et contre les comportements violents.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Les recommandations de l'ARPP s'appliquent déjà, quels que soient les supports considérés. L'article 7 confie aux maires la responsabilité de l'application éventuelle de restrictions concernant les vitrines mais, encore une fois, pas les contenus. Avis défavorable.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Les mesures que vous souhaitez sont régies par d'autres dispositions législatives ; mon avis sera donc également défavorable.

(*L'amendement n<sup>o</sup> 1991 n'est pas adopté.*)

**M. le président.** La parole est à Mme la rapporteure, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 3735 rectifié, qui fait l'objet de trois sous-amendements, n<sup>os</sup> 7281, 7313 et 7314.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il s'agit simplement de donner du temps aux commerçants qui ont déjà installé des enseignes lumineuses, afin qu'ils se mettent en conformité avec le code de l'environnement, qui prévoit un délai de

six ans pouvant être ramené à deux ans par décret. Je propose de laisser aux petits commerces un délai de deux ans pour s'adapter au cas où les maires choisissent, dans leur RLP, de faire droit aux dispositions prévues à l'article 7.

**M. le président.** La parole est à M. le rapporteur général, pour soutenir le sous-amendement n<sup>o</sup> 7281.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Il s'agit de préciser que ce délai de deux ans s'applique pour les enseignes lumineuses installées avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité.

**M. le président.** La parole est à Mme Delphine Batho, pour soutenir le sous-amendement n<sup>o</sup> 7313.

**Mme Delphine Batho.** Il est très important : défendu.

**M. le président.** Le sous-amendement n<sup>o</sup> 7314 est-il aussi important, madame Batho ?

**Mme Delphine Batho.** Absolument : défendu.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur ces trois sous-amendements ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Favorable au sous-amendement du rapporteur général, défavorable aux deux autres.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement sur l'amendement de Mme la rapporteure et sur les trois sous-amendements ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Soyons clairs : la loi permettra, dès son entrée en vigueur, la rédaction de nouveaux règlements locaux de publicité. Je comprends le souci, pour un certain nombre de commerçants qui auraient installé des enseignes lumineuses dans leur vitrine avant l'application du nouveau RLP, de disposer d'un peu de temps pour changer ces installations. C'est pourquoi j'é mets un avis favorable sur l'amendement de Mme la rapporteure, qui donne deux ans aux intéressés pour s'adapter. Je donne également un avis favorable au sous-amendement du rapporteur général, qui précise que la disposition vaut pour les cas où l'installation dans la vitrine a été réalisée avant l'application du nouveau RLP : il n'est évidemment pas question que pendant l'élaboration de ce dernier, il soit procédé à des installations dans les vitrines – ce qui correspondrait à des investissements à perte, sans aucune utilité. Enfin, je suis défavorable aux deux sous-amendements de Mme Batho, en particulier à celui qui vise à réduire le délai en question à six mois.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Et après, vous parlez d'urgence climatique !

**M. le président.** La parole est à M. Marc Le Fur.

**M. Marc Le Fur.** Cet amendement et ces sous-amendements sont révélateurs : vous vous rendez compte que l'application de l'article 7 va poser un problème à nos commerçants – plus qu'un problème, une difficulté. Et vous prévoyez donc l'application du dispositif pour plus tard, quand certaines échéances électorales seront passées... Voilà pourquoi vous donnez un délai de deux ans. Cela va en effet poser un problème à nos commerçants, en particulier ceux de centre-ville et de centre-bourg. La grande distribution et le commerce en ligne ont d'autres moyens publicitaires à leur

disposition. Pour le commerçant de base, indépendant et qui aspire à le rester, eh bien son moyen publicitaire, c'est sa boutique, c'est sa devanture.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Et le bulletin municipal !

**Un député du groupe LaREM.** Et son député !

**M. Marc Le Fur.** Et c'est à celle-ci que vous voulez vous en prendre. Conscients de la difficulté, vous renvoyez la patate chaude à vos successeurs.

Chers collègues, beaucoup plus simple : nous vous proposons pour notre part de ne pas adopter ce funeste article 7 qui pénalisera une seule catégorie de commerçants : les petits commerçants, les commerçants de centre-ville, ceux qui font l'animation de nos villes et de nos villages et qui sont en grande difficulté en ce moment – difficulté que vous allez aggraver avec cet article.

**M. Jean-Marie Sermier.** Bravo !

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais.

**Mme Valérie Beauvais.** Je crois vraiment que ce gouvernement et cette majorité ont un problème avec le droit de propriété. (*Murmures sur les bancs du groupe LaREM.*)

**M. Jean-Marie Sermier.** Issu pourtant de la Révolution !

**M. Dominique Potier.** Au contraire !

**M. Bruno Studer.** Mettez-vous d'accord...

**Mme Valérie Beauvais.** J'en veux pour preuve votre division quand il s'est agi d'évoquer la question des squats. Le droit de propriété, je le rappelle, est constitutionnel (*Exclamations sur quelques bancs du groupe LaREM*) et vous le balayez très régulièrement d'un revers de la main. Je n'ai pas l'habitude de vous invectiver, madame la ministre, mais vous avez dit tout à l'heure que nous défendions des positions démagogiques...

**M. Pacôme Rupin.** La preuve !

**Mme Valérie Beauvais.** Eh bien, je vous retourne le compliment en vous disant que vous êtes pour votre part vraiment dogmatiques sur bien des points.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Et arrivistes, mondialisés, opportunistes...

**Mme Valérie Beauvais.** Pour aller dans le sens de nos collègues Le Fur et Sermier, je dirai que cet article est mauvais parce que vous niez le droit de la concurrence, vous niez, encore une fois, le droit de la propriété, et vous vous défaussez de vos responsabilités sur les maires, mettant les commerçants de centre-ville en porte-à-faux. (*Applaudissements sur les bancs du groupe LR.*)

**M. le président.** La parole est à M. Guillaume Kasbarian.

**M. Guillaume Kasbarian.** Je ne peux pas laisser passer les propos qui viennent d'être tenus sur le droit de propriété. C'est cette majorité qui, dans le cadre de la loi d'accélération et de simplification de l'action publique, dite loi ASAP, a fait voter des amendements visant précisément à protéger les victimes de squatteurs.

**Mme Valérie Beauvais.** Visiblement, ça ne marche pas !

**M. Guillaume Kasbarian.** Cette loi permet d'appliquer une procédure grâce à laquelle le propriétaire et le locataire victimes de squatteurs peuvent récupérer leur bien plus rapidement. (*Applaudissements sur quelques bancs du groupe LaREM.*)

Sur cette question récurrente, la majorité s'est clairement positionnée...

**Mme Valérie Beauvais.** Non, pas clairement !

**M. Guillaume Kasbarian.** ...et il n'y a aucune ambiguïté pour elle quant à la défense absolue de ce droit constitutionnel qu'est le droit de propriété. Je tenais à le rappeler avec fermeté, car je ne voudrais pas qu'on laisse entendre que la majorité ne se préoccupe pas du problème posé par les squatteurs et qu'elle ne respecte pas le droit de propriété – et nous continuerons de nous en inquiéter ! (*Applaudissements sur de nombreux bancs du groupe LaREM.*)

**M. le président.** La parole est à M. Erwan Balanant.

**M. Erwan Balanant.** Je souhaite répondre à M. Le Fur qui, visiblement, ne sait pas comment fonctionne un règlement local de publicité et ne connaît pas les possibilités qu'a un élu face à... (*Protestations sur les bancs du groupe LR.*)

**M. Thibault Bazin.** Ce n'est pas bien de dire ça !

**M. Jean-Marie Sermier.** C'est démagogique !

**M. Erwan Balanant.** Vous parlez des petits commerçants, monsieur Le Fur, en les opposant à la grande distribution.

**M. Marc Le Fur.** Et au commerce en ligne !

**M. Erwan Balanant.** Or, quand vous élaborez un RLP, vous pouvez exonérer de taxes les commerces d'une certaine surface et ainsi privilégier les petits commerçants par rapport à la grande distribution. Par exemple, vous pouvez décider qu'un commerce qui ne dispose que de 7 mètres carrés d'enseigne ne sera pas taxé. Un tel commerce est typique de ceux qu'on trouve en centre-ville et il ne sera pas taxé, alors que le Leclerc – pardon de citer une marque, disons le magasin de grande distribution – qui aura une grande enseigne sera, lui, fortement taxé.

Il ne faut pas faire croire aux Français que vous êtes les grands défenseurs du petit commerce alors que ce projet de loi et les dispositions existantes le protègent. Reste qu'il faut sans doute le protéger plus encore – sur ce point, je suis d'accord avec vous.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier.

**M. Jean-Marie Sermier.** La ficelle est un peu grosse. Demander un scrutin public sur cet amendement vous permettra de dire de ceux qui voteraient contre, et donc contre le report : « Vous rendez-vous compte que vous ne tenez pas compte des difficultés rencontrées par les commerçants ? »

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Eh oui !

**M. Jean-Marie Sermier.** Or ceux qui vont voter en faveur de l'amendement, par définition, acceptent le texte.

**M. Jean-Jacques Bridey.** On ne vous interdit pas de le voter !

**M. Jean-Marie Sermier.** Dans les deux cas, vous nous placez face à un dilemme.

**M. Jean-Paul Lecoq.** C'est du « en même temps ! »

**M. Jean-Marie Sermier.** Nous ne participerons donc pas à cette mascarade et nous voterons contre l'article 7 – c'est pourquoi nous avons demandé un scrutin public. Nous, nous aimons les commerçants de centre-ville, nous soutenons les maires, auxquels on ne peut pas demander de rénover leur centre-ville si, en même temps, on demande aux commerçants de fermer leurs vitrines. *(Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LR.)*

**M. Pacôme Rupin.** C'est faux !

**M. Jean-Marie Sermier.** Nous voterons contre l'article, donc. Et pour ce qui est de l'amendement en discussion, nous vous laisserons décider de son sort entre vous : nous ne participerons pas au scrutin. *(Applaudissements sur quelques bancs du groupe LR. – Exclamations sur plusieurs bancs du groupe LaREM.)*

**M. Pacôme Rupin.** Bravo ! Quel courage !

**M. Bruno Studer.** Si vous ne participez pas au vote, alors abstenez-vous de commenter !

**M. le président.** La parole est à M. François-Michel Lambert.

**M. François-Michel Lambert.** Je n'avais même pas entendu, dans ce brouhaha, que vous m'aviez donné la parole, monsieur le président. J'imagine que nous allons voter le second sous-amendement de Delphine Batho, qui est tout à fait cohérent avec la volonté d'éteindre les terrasses chauffées d'ici au 31 mars 2022 – on ne peut pas éteindre les terrasses chauffées tout en laissant les vitrines chauffer ! Il prévoit que six mois après la promulgation du présent texte, il ne sera plus possible de ne pas être en conformité avec la loi.

**Mme Delphine Batho.** Merci !

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin.

**M. Thibault Bazin.** Monsieur Balanant, je crois que vous n'avez pas compris le sens des propos de mon collègue Marc Le Fur : derrière la question du droit de propriété se pose celle de la liberté d'entreprendre. Chacun conçoit bien qu'on ne peut pas demander aux commerçants de se transformer numériquement – de se digitaliser – et, en même temps, leur enlever des possibilités de valoriser leurs produits et services de cette manière. Vous tenez un discours contradictoire à l'égard des petits commerçants, alors même que la digitalisation du e-commerce est, par la nature même de ce dernier, déjà acquise. Nous devons donc être très vigilants à ce que les commerçants, que nous invitons à se digitaliser, puissent le faire – d'une façon qui soit bien évidemment vertueuse sur le plan environnemental.

Il me semble que l'article 7 pose question. J'ai bien compris, madame la rapporteure, que vous vouliez reporter son application de deux ans. C'est là, en quelque sorte, un aveu du fait que cet article pose problème.

**M. Jean-René Cazeneuve,** rapporteur général. Non, c'est du respect !

**M. Jean-Marie Sermier.** Ça flotte ! Ça va bientôt couler !

**M. Thibault Bazin.** S'il pose problème, alors allons encore plus loin : soyons courageux !

*(Le sous-amendement n° 7281 est adopté.)*

*(Les sous-amendements n° 7313 et 7314, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je mets aux voix l'amendement n° 3735 rectifié, tel qu'il a été sous-amendé.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	74
Nombre de suffrages exprimés .....	69
Majorité absolue .....	35
Pour l'adoption .....	57
contre .....	12

*(L'amendement n° 3735 rectifié, sous-amendé, est adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements identiques, n° 3874 et 6252.

L'amendement n° 3874 de M. Stéphane Travert est défendu.

La parole est à M. Guillaume Kasbarian, pour soutenir l'amendement identique n° 6252.

**M. Guillaume Kasbarian.** Il vise à donner aux commerçants un peu de temps pour se préparer aux futures mesures d'encadrement de la publicité, en reportant l'entrée en vigueur de l'article 7 de deux ans à compter de la publication de la présente loi. Cela donnerait un peu de mou aux professionnels concernés et permettrait à chacun de s'ajuster en amont.

*(Les amendements identiques n° 3874 et 6252, repoussés par la commission et le Gouvernement, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je mets aux voix l'article 7, tel qu'il a été amendé.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	83
Nombre de suffrages exprimés .....	72
Majorité absolue .....	37
Pour l'adoption .....	57
contre .....	15

*(L'article 7, amendé, est adopté.)*

**M. Jean-Marie Sermier.** Les commerçants apprécieront !

#### Après l'article 7

**M. le président.** L'amendement n° 2833 de M. Thomas Gassilloud est défendu.

*(L'amendement n° 2833, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Véronique Riotton, pour soutenir l'amendement n° 4471.

**Mme Véronique Riotton.** Rédigé par notre collègue Alain Perea, il vise à coordonner le régime juridique des publicités au sein des zones d'activités économiques, pour que le règlement soit véritablement applicable à l'ensemble du territoire de l'EPCI, ce qui n'est pas le cas actuellement.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Si je comprends évidemment, sur le fond, le souci de cohérence qui anime notre collègue Perea, sa proposition pose une difficulté rédactionnelle : depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, la loi portant nouvelle organisation territoriale de la République, dite loi NOTRe, a fait évoluer les modalités d'organisation territoriale en transférant aux EPCI la compétence en matière de zones d'activités économiques. Demande de retrait.

*(L'amendement n° 4471, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Florence Lasserre, pour soutenir l'amendement n° 4982.

**Mme Florence Lasserre.** Depuis ce matin, nous avons dénoncé à plusieurs reprises l'application insatisfaisante du droit relatif aux installations lumineuses. L'adoption de cet amendement permettrait de rendre obligatoire l'application des prescriptions visant à lutter contre la pollution lumineuse, en supprimant le caractère facultatif des dispositions prévues à l'article L. 583-1 du code de l'environnement.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Un arrêté en date du 27 décembre 2018 permet déjà d'améliorer la prévention et la lutte contre les nuisances lumineuses. Votre demande me semble donc satisfaite. Demande de retrait.

**M. Erwan Balanant.** Comment faire pour que ces dispositions soient respectées ?

*(L'amendement n° 4982, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n° 6048 et 6049 de Mme Barbara Bessot Ballot sont défendus.

*(Les amendements n° 6048 et 6049, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Je reviens d'un mot sur la philosophie des articles 6 et 7 dont nous avons achevé l'examen et que nous venons d'adopter. À travers ces deux articles, nous voulons donner un pouvoir supplémentaire aux maires en leur permettant de faire la police de la publicité dans leur commune. Nous entendons également encourager le transfert de cette compétence du maire vers les EPCI, qui nous paraissent constituer le bon échelon pour régler ce genre de problèmes et assurer une cohérence territoriale. Nous souhaitons aussi favoriser la généralisation des règlements locaux de publicité. C'est, là encore, un objectif louable, puisqu'il s'agit de faire en sorte que le maire et les élus locaux, avec les associations de citoyens et les commerçants, puissent décider des modalités

d'organisation de la publicité sur leur territoire. L'article 7 précise que les élus qui le souhaiteront pourront intervenir pour limiter la pollution lumineuse dans les vitrines.

Par ces articles, nous recherchons véritablement un équilibre. Nous estimons que les élus, grâce au dialogue local qui sera conduit pour prendre en considération les spécificités de leur territoire – la situation n'étant pas la même selon qu'on se situe en centre-ville, en périphérie ou dans un quartier historique –, seront parfaitement capables de l'atteindre. C'est donc bien une compétence supplémentaire, s'inscrivant dans un processus de dialogue et de concertation avec les commerçants et les citoyens, que nous entendons donner aux élus locaux.

### **Suspension et reprise de la séance**

**M. le président.** La séance est suspendue.

*(La séance, suspendue à dix heures quarante, est reprise à dix heures cinquante-cinq.)*

**M. le président.** La séance est reprise.

### **Article 8**

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements identiques, n° 2575 et 3743.

La parole est à Mme Maina Sage, pour soutenir l'amendement n° 2575.

**Mme Maina Sage.** Cet amendement vise à étendre la proposition d'interdiction de la publicité dans les airs, adoptée en commission spéciale, aux véhicules terrestres à moteur et aux embarcations à moteur lorsque ceux-ci sont principalement utilisés à des fins publicitaires.

**M. le président.** L'amendement n° 3743 de Mme Delphine Batho est défendu.

Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je serai défavorable à ces amendements, parce que les mesures d'encadrement de la publicité sont déjà nombreuses concernant les véhicules terrestres. Je n'en citerai que quelques-unes : outre certains lieux où la circulation en est interdite, il y a aussi le cas où le véhicule séjourne ou stationne dans des lieux qui rendent la publicité visible depuis des voies ouvertes à la circulation publique ou se déplace à vitesse anormalement réduite, ou encore le cas où plusieurs véhicules circulent ensemble, et la surface publicitaire totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut de toute façon excéder 12 mètres carrés. De plus, la commission a modifié l'article 8 pour interdire la publicité sur les avions dans une perspective immédiatement normative. Il ne conviendrait donc pas d'étendre l'interdiction à tous les véhicules à moteur.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Même avis.

**M. le président.** La parole est à Mme Maina Sage.

**Mme Maina Sage.** Je souligne que l'amendement vise uniquement les véhicules à moteur essentiellement dédiés à l'affichage publicitaire et ne concerne pas les autres types de supports. Il faut vraiment que nous arrivions un jour à

interdire les véhicules publicitaires, parce que la publicité mobile a forcément un coût carbone important. Je maintiens donc mon amendement.

*(Les amendements identiques n° 2575 et 3743 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** L'amendement n° 4728 de M. Pierre Venteau est défendu.

*(L'amendement n° 4728, accepté par la commission et le Gouvernement, est adopté; en conséquence, les amendements n° 83, 1992, 4909 et 4904 tombent.)*

**M. le président.** L'amendement n° 2467 de Mme la rapporteure est rédactionnel.

*(L'amendement n° 2467, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements, n° 4729 et 4896, pouvant être soumis à une discussion commune.

La parole est à Mme Cendra Motin, pour soutenir l'amendement n° 4729.

**Mme Cendra Motin.** Il est proposé de prévoir une date d'entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2022.

**M. le président.** La parole est à Mme Marguerite Deprez-Audebert, pour soutenir l'amendement n° 4896.

**Mme Marguerite Deprez-Audebert.** Cet amendement vise à décaler au 1<sup>er</sup> janvier 2026 l'entrée en vigueur du dispositif afin de laisser un temps d'adaptation nécessaire aux structures concernées.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur ces deux amendements ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je suis favorable à l'amendement n° 4729, qui tend à accorder un délai d'adaptation d'un an. Cela profitera aux très petites entreprises, qui peuvent aussi être concernées. En revanche, l'amendement n° 4896, qui décalerait l'entrée en vigueur du dispositif en 2026, me paraît excessif. J'y suis donc défavorable.

*(L'amendement n° 4729, accepté par le Gouvernement, est adopté; en conséquence, l'amendement n° 4896 tombe.)*

*(L'article 8, amendé, est adopté.)*

## Article 9

**M. le président.** La parole est à M. Pierre-Yves Bournazel.

**M. Pierre-Yves Bournazel.** Chaque année, près de 18 milliards d'imprimés transitent dans nos boîtes aux lettres. Cela représente 800 000 tonnes de papier, soit 30 kilos par foyer en moyenne. La distribution de prospectus publicitaires est un non-sens écologique : la fabrication de papier est très consommatrice d'eau et d'énergie et favorise la déforestation. Au surplus, dans la mesure où les prospectus publicitaires sont lus par moins de 15 % des destinataires, cette méthode semble, d'un point de vue commercial, inopérante.

Nous sommes donc totalement favorables à l'inversion du dispositif « Stop pub », en créant un dispositif « Oui pub », qui interdira la distribution directe à domicile d'imprimés papier non sollicités si l'autorisation de les recevoir n'est pas expressément affichée – par l'apposition sur le dispositif destiné à la réception du courrier d'une mention clairement visible indiquant cette autorisation.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Il faut faire une exception pour les tracts du Parti communiste !

**M. Pierre-Yves Bournazel.** Dès 2018, au travers d'un vœu au conseil de Paris, j'avais demandé à la ville de Paris d'agir localement et de mieux lutter contre la distribution des prospectus dans les boîtes aux lettres des Parisiennes et des Parisiens et sur les véhicules. En décembre 2019, j'avais déposé un amendement en ce sens lors de l'examen du projet de loi relatif à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC). Le groupe Agir ensemble se réjouit que le Gouvernement ait décidé d'avancer sur ce sujet essentiel. Nous voterons donc en faveur de l'article 9.

**M. Maxime Minot.** Pourquoi stigmatiser les gens qui veulent de la pub ?

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin.

**M. Thibault Bazin.** J'ai l'impression que je ne vis pas dans le même pays que mon collègue parisien. Je le comprends : il ne connaît pas les problèmes de réseau internet ;...

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**M. Thibault Bazin.** ...pour lui, tous les aspects de la vie peuvent être 3.0, voire 10.0 ! Les réalités numériques ne sont pas les mêmes pour tout le monde – je sais ce qu'il en est dans votre département, monsieur le rapporteur général. Il y a un risque de fracture territoriale et sociale.

En outre, derrière cet article, beaucoup d'emplois sont en jeu, ceux des personnes qui, dans nos territoires, participent aux filières de conception, d'impression et de distribution des prospectus. Ces emplois sont occupés de plus en plus souvent par des personnes précaires, qui ont besoin d'un complément de revenus. J'ai échangé avec elles dans ma circonscription, et je suis très sensible à leur situation. Vous devez en rencontrer vous aussi, mes chers collègues, du moins si vous habitez dans votre circonscription.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ne nous prends pas pour Édouard Philippe !

**M. Thibault Bazin.** L'enjeu est énorme. La Poste m'a indiqué que plusieurs milliers d'emplois étaient en jeu dans la filière de la distribution. Soyons donc très prudents en abordant l'article 9, afin de ne pas aggraver les fractures territoriale, numérique et sociale. Un certain nombre de nos concitoyens, dans les territoires, sont attachés à la distribution de prospectus, qui représente des emplois. Si ceux-ci sont supprimés, il sera difficile à ceux qui les occupaient d'en trouver un autre. Prenons en compte cet aspect, qui me semble très important.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Et les ESAT ?

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements identiques, n° 75, 152, 379, 1030, 1195, 1653, 2139, 2361, 2543, 3471, 3822, 3890, 4778, 5475, 5759, 6253, 6603 et 7064, tendant à supprimer l'article 9.

Les amendements n<sup>os</sup> 75 de M. Julien Dive et 152 de M. Vincent Descoeur sont défendus.

La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 379.

**Mme Valérie Beauvais.** Beaucoup de choses ont été dites par mon collègue Thibault Bazin. J'ajoute que l'article 47 de la loi AGECE permet, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, de sanctionner le non-respect de la mention « Stop pub », qui est désormais passible d'une contravention de cinquième classe. Quelques mois à peine après l'adoption de ces dispositions – celle-ci a d'ailleurs pris du temps –, et en l'absence de toute évaluation de leur portée, pourquoi modifier à nouveau les règles applicables à la distribution des messages publicitaires ? Pensez-vous sincèrement que la transformation du « Stop pub » en « Oui pub » aura un effet sur le climat ?

Ce qui est sûr, c'est que cela va créer un réel flou chez les annonceurs et envoyer un signal négatif aux imprimeurs, sachant que des emplois sont en jeu. De plus, Thibault Bazin l'a dit, la distribution est souvent effectuée par des travailleurs précaires, qui arrondissent péniblement leurs fins de mois. Je pense également aux personnes âgées qui vivent en milieu rural : certaines font elles aussi face à la précarité et attendent ces publicités pour faire leurs achats, pour remplir leur caddie à moindre coût. Sans-doute n'avez-vous pas pensé à tous ces éléments lorsque vous avez rédigé l'article 9. (*M. Thibault Bazin applaudit.*)

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 1030 de Mme Frédérique Lardet, 1195 de M. Marc Le Fur et 1653 de Mme Danielle Brulebois sont défendus.

La parole est à M. Stéphane Travert, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2139.

**M. Stéphane Travert.** J'aimerais qu'on nous explique comment vont travailler les imprimeurs, une fois que l'article 9 aura été adopté. Dans la loi AGECE, nous avons lancé l'expérimentation de « Stop pub ». Il y aura désormais un deuxième dispositif, « Oui pub » ; les gens vont se perdre dans cette forêt de slogans.

Il faut penser aux imprimeurs qui, pour leur approvisionnement en papier, font appel à un système de gestion durable des forêts. Rappelons également – nous avons eu ce débat en commission – que la grande distribution n'est pas la seule qui remplit les boîtes aux lettres de prospectus.

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**M. Jean-Paul Lecoq.** Il y a aussi les députés ! (*Sourires et murmures.*)

**M. Stéphane Travert.** Dans nos cantons, beaucoup d'artisans locaux et de jardinerie, entre autres, utilisent ce mode de distribution pour informer leurs clients des dernières promotions ou des offres qu'ils proposent. Comment le Gouvernement compte-t-il répondre à l'ensemble de ces professions qui sont très inquiètes ?

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 2361 de Mme Lise Magnier est défendu.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2543.

**M. Thibault Bazin.** En complément des excellents arguments développés par notre collègue et ancien ministre Stéphane Travert, je reviens sur la question du développement des circuits courts.

Nous souhaitons que les commerces locaux puissent se développer. Or ils souffrent, notamment avec ce troisième confinement qui va encore fortement les toucher, alors même que certains venaient à peine de se lancer dans l'aventure commerciale. Ils ont besoin, vous le savez, de se faire connaître : quand on ouvre et qu'on souhaite développer un commerce local, on a besoin d'un premier contact avec la clientèle. Faut-il comprendre que, demain, dans ce nouveau monde que vous dessinez, ce premier contact ne sera plus humain, mais uniquement numérique ? Pour ma part, je n'y crois pas. Tous les foyers n'ont pas accès au numérique ; tous ne sont pas à l'aise avec ces outils. D'ailleurs, la publicité numérique est parfois plus refusée que la publicité papier, qui inspire confiance et présente des visuels appropriés.

Ces liens locaux, que nous encourageons avec le développement du commerce local et des circuits courts, passent aussi par la possibilité de faire de la publicité sous forme de documents papier remis dans les boîtes aux lettres. Avec ce type d'expérimentation, à mon avis très dangereuse, vous allez empêcher le développement des commerces locaux.

Et je ne reviens pas sur le risque de perte d'emploi : les personnes sur le carreau ne trouveront pas facilement un autre emploi, même en traversant la route.

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Meyer, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 3471.

**M. Philippe Meyer.** La plupart des arguments ont été développés. Une fois de plus, on veut modifier un dispositif qui fonctionne bien, le « Stop pub ».

**M. Erwan Balanant.** Non !

**M. Thibault Bazin.** Laissez parler notre collègue !

**M. Philippe Meyer.** Il est connu, identifié et respecté : quand on ne souhaite plus recevoir de publicité, on l'affiche sur la boîte aux lettres, et les choses sont claires.

La question de l'emploi a été évoquée. Pour les imprimeurs, cette activité est, bien sûr, très importante. N'oublions pas non plus que le papier est recyclé entre cinq et sept fois. Ce sont des arguments qui doivent peser dans la balance. Même si, de prime abord, le nouveau dispositif ne semble pas changer fondamentalement la donne, nous devons y regarder de près. Réfléchissons avant de prendre une aussi mauvaise décision.

**M. le président.** La parole est à M. Maxime Minot, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 3822.

**M. Maxime Minot.** Je suis très embêté par ce nouveau dispositif : je le trouve stigmatisant. Pour cette seule raison, j'y serai défavorable. Il est très légitime de laisser, à ceux qui ne désirent pas recevoir de publicité, la liberté d'apposer le « Stop pub » – j'ai été maire, et je peux vous dire que ce dispositif fonctionnait très bien dans ma commune. En revanche, imposer à ceux qui veulent recevoir de la publicité d'apposer une étiquette sur leur boîte aux lettres aurait un effet stigmatisant.

De plus, cela a été dit, l'instauration du « Oui pub » constitue une menace pour l'emploi dans les imprimeries et dans la distribution. *De facto*, il y aura aussi un impact pour les commerces, notamment les commerces de proximité, qui s'appuient sur ce mode de distribution. Ils ne sont d'ailleurs pas les seuls : les collectivités et les EPCI l'utilisent parfois pour diffuser leur bulletin d'information. Vous allez me dire que ce n'est pas de la publicité ; certes, mais ces bulletins sont parfois distribués par les entreprises qui distribuent les publicités dans les boîtes aux lettres. Autrement dit, les habitants risquent d'être privés d'informations venant des collectivités.

Pour ces raisons, nous devons supprimer l'article 9.

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 3890 de M. Ian Boucard, 4778 de Mme Valérie Rabault, 5475 de Mme Jeanine Dubié et 5759 de M. Benoit Potterie sont défendus.

Sur tous ces amendements identiques de suppression de l'article 9, je suis saisi par le groupe Les Républicains d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à M. Guillaume Kasbarian, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6253.

**M. Guillaume Kasbarian.** Il s'agit de supprimer le dispositif d'expérimentation « Oui pub », qui, disons-le clairement, va accélérer la fin de l'imprimé publicitaire, puisque très peu de personnes apposeront un autocollant « Oui pub » sur leur boîte aux lettres.

**M. Erwan Balanant.** Parce que très peu de personnes veulent en recevoir !

**M. Guillaume Kasbarian.** Rappelons-le à nos concitoyens qui suivent nos débats : un dispositif qui s'appelle « Stop pub » existe déjà ; toute personne qui souhaite ne pas recevoir de publicité dans sa boîte aux lettres peut apposer un autocollant « Stop pub ». D'ailleurs, nous avons modifié la réglementation pour renforcer ce dispositif, la modification venant tout juste d'entrer en vigueur, le 1<sup>er</sup> janvier 2021.

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**M. Guillaume Kasbarian.** S'agissant de l'enjeu environnemental, il faut ramener les prospectus publicitaires à la masse globale des émissions de gaz à effet de serre, que nous voulons faire baisser. Je vous renvoie à l'étude du cabinet Boston Consulting Group : l'ensemble des déchets produits en France représentent 3,37 % de nos émissions de gaz à effet, parmi lesquels tous les types de papier et de carton pèsent pour 9 %. Au total, les papiers et les cartons comptent donc pour 0,30 % de la totalité des gaz à effet de serre, sachant que les imprimés publicitaires représentent une petite fraction de ces 0,30 %.

Attention aussi au report sur d'autres canaux, car les commerçants, les artisans et tous ceux qui vont avoir besoin de faire de la publicité vont se tourner vers le numérique, par exemple, qui n'est pas nécessairement plus économe en émissions de CO<sub>2</sub> et de gaz à effet de serre.

Quant à l'argument économique, il a été largement développé. Je rappelle juste quelques chiffres : les imprimeurs représentent 53 800 emplois, les distributeurs, 31 400 et la filière du recyclage, 13 700. Vous avez tous été alertés par les

acteurs de votre circonscription sur l'impact important qu'aura une telle mesure sur l'emploi, notamment sur l'emploi précaire, car la distribution est souvent un petit boulot fait par des jeunes ou des retraités, ceux-là mêmes qui distribuent vos documents ou votre lettre d'information, mes chers collègues.

C'est la raison de cet amendement de suppression. Le « Oui pub » n'est pas la bonne solution. Il y a déjà le « Stop pub », qui a été renforcé. Pourquoi changer de braquet en cours de route ?

**M. Maxime Minot.** Très bien !

**M. le président.** La parole est à Mme Marguerite Depez-Audebert, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6603.

**Mme Marguerite Depez-Audebert.** Au-delà des conséquences économiques et sociales de cette mesure qui va déstabiliser l'écosystème auquel appartiennent le prospectus et le catalogue, ce projet de loi vise à réduire drastiquement nos émissions de gaz à effet de serre. Pour y parvenir, nous devons être cohérents, en d'autres termes ne pas prendre de mesures qui conduiront à une augmentation de ces émissions.

Or la limitation de la publicité papier aura un impact négatif sur l'environnement, puisqu'elle favorisera un report sur la publicité numérique, dont nous savons aujourd'hui qu'elle est plus polluante que la publicité papier. Il faut garder en tête que, d'ici à 2040, le numérique pourrait représenter 7 % de nos émissions. Certes, le prospectus est plus visible, mais, avec le « Stop pub », il n'importe pas ceux qui y sont réfractaires.

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**Mme Marguerite Depez-Audebert.** Par comparaison, une bannière numérique est plus sournoise, plus intrusive, et sollicite les serveurs.

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**Mme Marguerite Depez-Audebert.** Par ailleurs, le secteur de la publicité papier a pris des engagements environnementaux ambitieux, notamment depuis le vote de la loi AGECE.

Enfin, je rappelle que le papier est une matière première naturelle, végétale et recyclable plusieurs fois. Le taux de recyclage du papier à usage graphique est actuellement de 73 % ; il atteindra bientôt 80 %. Le recyclage est essentiel à une filière industrielle vertueuse car du ressort de l'économie circulaire, filière décimée que nous avons l'ambition de restaurer et de relocaliser en France.

L'article 9 va donc à l'encontre de nos objectifs.

**M. Maxime Minot.** Très bien, Marguerite !

**M. le président.** La parole est à M. Raphaël Schellenberger, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 7064.

**M. Raphaël Schellenberger.** Ce n'est pas en inversant le principe régissant la distribution des prospectus publicitaires qu'on va mettre fin à la publicité ; la publicité va simplement se reporter ailleurs et souvent sur des moyens plus polluants, comme le numérique.

En outre, cette mesure va déstructurer les filières de l'impression et de la distribution des imprimés, qu'ils soient ou non publicitaires, emportant des conséquences que l'on ne mesure pas encore aujourd'hui.

Dans un moment où nous nous interrogeons sur l'engagement et sur l'information qui servent notre démocratie, nous sommes peut-être en train de nous priver de la faculté d'imprimer et de diffuser de l'information, des journaux, des documents citoyens, des tracts électoraux... Nous allons fragiliser les imprimeurs qui, demain, risquent de disparaître, ce qui nous privera d'un outil du débat démocratique. Nous sommes à l'approche d'élections, dans lesquelles chacun connaît l'importance du rôle des imprimeurs mais qui, malheureusement, ne suffisent pas à les faire vivre le reste de l'année. Comment pourrions-nous défendre nos idées ?

Je pense ici à l'entreprise Burda Druck, dans ma circonscription, qui réalise de gros tirages pour les grandes enseignes nationales qui font des campagnes publicitaires à l'échelle de la France entière ; ce sont ces gros tirages que vise tout particulièrement l'article 9. Certes, ce n'est pas bien, mais, quand nous sommes en campagne électorale et que nous avons besoin de tracts nationaux, on a recours au même prestataire que la grande enseigne nationale, et non au petit imprimeur – qui propose des services adaptés pour une élection législative ou départementale.

En adoptant cet article, c'est notre capacité à distribuer de l'information, publicitaire ou électorale, et à faire vivre le débat démocratique que nous sommes en train de détruire.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Non !

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur cette série d'amendements de suppression ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Avec constance, je reste défavorable aux amendements qui visent à supprimer un article, car leur adoption enverrait un signal très négatif par rapport aux ambitions de ce projet de loi.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Quoi qu'on dise, et même si on a raison !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Monsieur Lecoq, mes chers collègues, vous ne pouvez pas nous dire, d'un côté, qu'il faut reprendre toutes les propositions telles qu'elles ont été formulées par la Convention citoyenne pour le climat et, de l'autre, vous y opposer quand nous les reprenons. Il faut être cohérent !

En ce qui concerne vos inquiétudes de fond, nous n'y sommes absolument pas insensibles, et c'est la raison pour laquelle nous avons procédé avec la ministre à un certain nombre d'ajustements de l'article 9 lors de l'examen du texte en commission spéciale.

D'abord, nous avons donné aux maires la faculté, dans le cadre de ce qui reste, je le rappelle, une expérimentation, de prévoir des exemptions pour certains secteurs d'activité. Vous avez cité les jardinerie ou la restauration. S'il le juge nécessaire, un maire aura le droit d'autoriser les entreprises, commerçants et artisans locaux, dans un secteur donné, à distribuer des imprimés commerciaux sur le territoire de sa commune. Nous prenons ainsi en compte la réalité de nos territoires. (*M. Maxime Minot proteste.*)

Ensuite, la ministre s'est engagée en commission spéciale à ce que l'expérimentation ne concerne pas plus de 10 % de la population française, afin d'éviter les risques que vous évoquez, notamment sur l'emploi. Cet engagement, nous allons vous proposer de l'inscrire dans la loi, afin que ne subsiste aucune ambiguïté.

Nous avons entendu vos inquiétudes et nous nous efforçons de concilier l'objectif écologique de réduction des déchets et l'impératif de justice sociale qui nous impose de penser aux Français les plus précaires – personnes en situation de handicap, retraités ou étudiants qui vivent de petits boulots.

Compte tenu des avancées enregistrées en commission et de celles que nous allons réaliser en séance, j'émet un avis défavorable sur ces amendements de suppression.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Nous devons sortir de ces débats sans fin sur le « Oui pub » et le « Stop pub », qui nous ont encore occupés lors de l'examen du projet de loi AGECE. L'expérimentation qui va être mise en place permettra d'objectiver les conséquences du « Oui pub », tant du point de vue environnemental – baisse effective de la publicité non adressée – que du point de vue économique – effets sur l'emploi, l'activité industrielle et la consommation.

Pour mémoire, en 2019, ce sont quand même plus de 894 000 tonnes d'imprimés publicitaires sans adresse qui ont été distribués, ce qui représente 30 kilos par foyer, souvent jetés sans avoir été lus.

**M. Philippe Meyer.** Et recyclés !

**M. Erwan Balanant.** Non !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Cela équivaut à 736 000 tonnes de CO<sub>2</sub> !

Dans la perspective de la lutte contre le gaspillage, une première étude a été menée par l'Agence de la transition écologique (ADEME), en lien avec les parties prenantes, sur les conditions, freins et leviers à l'expérimentation du « Oui pub ». Les effets sur l'emploi font évidemment partie des problématiques identifiées.

Une enquête de l'ADEME indique par ailleurs que 70 % des répondants se déclarent très ou plutôt ouverts à ce qu'un système inverse au « Stop pub » soit testé ou appliqué dans leur commune.

Dans le cadre de l'expérimentation prévue par la loi, l'impact sur les emplois de distributeur de courrier non adressé sera observé, notamment en zone rurale, puisque c'est surtout là que cet impact peut être fort.

Je rappelle que l'article 9 vise à expérimenter l'interdiction de distribution de prospectus publicitaires non adressés à domicile, et seulement à domicile, sauf demande expresse des habitants, par exemple de ceux qui n'auraient pas accès à d'autres formes de publicité. En d'autres termes, il ne vise pas la distribution de prospectus dans la rue ou dans les centres commerciaux, ni la publicité adressée. Il existe donc d'autres canaux publicitaires que la distribution de documents non adressés, et les emplois dégagés par cette distribution de prospectus pourront se redéployer vers ces autres canaux.

**M. Jean-Paul Lecoq.** Ben voyons !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Sachez aussi que l'ADEME va proposer une prestation d'accompagnement pour les territoires qui voudront se lancer dans l'expérimentation.

Comme l'a rappelé la rapporteure, j'ai pris en commission spéciale un engagement que doivent concrétiser les amendements identiques n<sup>os</sup> 6254 et 7189, qui visent à ce que l'expérimentation ne dépasse pas 10 % de la population, de sorte qu'elle reste une expérimentation.

En admettant que toutes les collectivités de France soient volontaires pour se lancer dans l'expérimentation – puisque l'expérimentation est fondée sur le volontariat –, le « Oui pub » serait *de facto* généralisé, ce qui n'est pas souhaitable à ce stade, puisque l'idée est justement d'évaluer les effets du dispositif. D'où ces amendements le limitant à 10 % de la population, ce qui devrait rassurer ceux qui redoutent la généralisation.

Ensuite, n'oublions pas qu'en matière de publicité numérique, un certain nombre de personnes ne s'abonnent pas ou refusent de recevoir des newsletters promotionnelles, et la loi de 2004 sur la confiance dans l'économie numérique interdit la publicité numérique en l'absence de consentement. On peut donc considérer que le « Oui pub » existe déjà pour la publicité numérique, et que l'article 9 a pour objet de l'appliquer au papier.

Je serai par ailleurs favorable à l'amendement n<sup>o</sup> 4983 du groupe Dem, qui précise que l'expérimentation « Oui pub » vise à évaluer l'impact de la mesure sur l'environnement, en prenant en compte les impacts environnementaux des autres canaux de distribution publicitaire, notamment le numérique, puisqu'il est tout à fait exact que celui-ci a lui aussi un impact environnemental.

De même, je serai favorable à l'amendement n<sup>o</sup> 7190 du groupe LaREM, qui prévoit d'intégrer dans le rapport d'évaluation de l'expérimentation « Oui pub » un volet spécifique sur l'impact environnemental comparé de la distribution d'imprimés publicitaires papier et de la diffusion par voie numérique.

L'expérimentation doit nous permettre de sortir de ces débats sans fin, et de savoir si nous devons ou non généraliser le « Oui pub ». C'est une méthode simple, guidée par le bon sens, qui devrait rassurer tout le monde. J'émetts donc un avis défavorable sur tous les amendements de suppression.

**M. le président.** La parole est à M. Guy Bricout.

**M. Guy Bricout.** Je suis pour la suppression de cet article, car il aura un impact économique très négatif sur plusieurs filières, notamment la conception et l'impression de prospectus. Dans ma circonscription, l'imprimerie Lenglet fournit de nombreuses grandes surfaces, partout en France. Elle reçoit d'ailleurs une aide de l'État pour améliorer son procédé de fabrication. Elle m'a alerté sur le fait que le dispositif « Oui pub » allait considérablement dégrader son chiffre d'affaires. Il faut aussi penser aux petits imprimeurs locaux, qui vont subir eux aussi les conséquences de la suppression des imprimés publicitaires, sans oublier la sylviculture, évoquée par M. Travert, et les emplois de distribution à domicile.

En outre, je m'inscris en faux contre l'idée selon laquelle les gens ne seraient pas intéressés par les imprimés publicitaires. Je viens d'un département rural où ils souhaitent pouvoir comparer les prix entre plusieurs magasins, et je vous assure que ces imprimés sont lus.

J'estime donc que l'article doit être supprimé.

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin. (*M. Thibault Bazin court vers le micro.*) N'allez pas vous blesser, monsieur Bazin !

**Plusieurs députés du groupe LaREM.** Quel sportif !

**M. Thibault Bazin.** C'était mon slogan de campagne, monsieur le président : je suis un député qui court, j'irai plus loin que les députés qui marchent. Et ça a marché ! (*Rires et applaudissements sur plusieurs bancs.*)

**Un député du groupe LaREM.** Ça a marché ?

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Encore faut-il aller dans le bon sens !

**M. François-Michel Lambert.** Vous, vous faites marche arrière !

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Non, c'est le lièvre et la tortue !

**M. Thibault Bazin.** Madame la ministre, vous dites vouloir sortir des débats sans fin, mais la cause qui nous rassemble dans ce texte ne doit pas avancer au prix d'une destruction massive d'emplois. Les premières estimations que j'ai eues sur l'impact de cette mesure, si elle était généralisée, évoquent la disparition de près de 14 000 emplois peu qualifiés, qui fournissent du travail à de nombreuses personnes. Vous n'avez pas répondu sur cet enjeu de l'emploi, et Mme la rapporteure a seulement esquissé une prise en compte de la dimension sociale. Or c'est une question fondamentale.

Vous ne répondez pas non plus sur l'isolement du commerce local. Si l'on veut développer le commerce local, il faut lui donner la possibilité de rayonner et de se faire connaître. Cela soulève une question de fond : la distribution des imprimés n'orienterait-elle pas vers des achats plus locaux – moins émetteurs de gaz à effet de serre – et plus durables ? D'autres formes de publicité, par exemple pour le e-commerce, orientent peut-être le consommateur vers des achats moins durables. Il faut se demander vers quoi orientent les imprimés publicitaires, car il me semble qu'ils pourraient amener à une consommation plus vertueuse.

Par ailleurs, vous dites que ce n'est qu'une expérimentation. Mais ne soyons pas naïfs, mes chers collègues : derrière toute expérimentation, il y a un risque majeur de généralisation. Or, si l'expérimentation est faite au détriment d'emplois et d'un aménagement du territoire équitable, elle amplifiera les fractures numérique, sociale et générationnelle. Enfin, le dispositif ressemble à une usine à gaz. Je pense que nous devons aller vers davantage de simplification, laquelle participerait, d'ailleurs, à la lutte contre le réchauffement climatique.

Pour toutes ces raisons, j'estime qu'il faut supprimer l'article 9. Si vous entendez conserver le nombre initial d'articles, madame la rapporteure, n'oubliez pas que vous en avez ajouté d'autres ; le texte ne sera donc pas en deçà de vos ambitions. Derrière le développement durable, il y a le développement économique, l'environnement et la dimension sociale. Il faut prendre en compte tous ces facteurs. (*Applaudissements sur quelques bancs du groupe LR.*)

**M. Pierre-Alain Raphan.** Ça s'appelle les ODD !

**M. le président.** La parole est à M. Vincent Thiébaud.

**M. Vincent Thiébaud.** Comme l'a dit Mme la ministre, nous avons déjà eu ce débat pour la loi AGECE. La question revient souvent : faut-il plutôt « Stop pub » ou « Oui pub » ?

L'article 9 prévoit une expérimentation volontaire – volontaire, j'y insiste – par les collectivités territoriales, dans un cadre limité, puisqu'il ne pourra excéder 10 % de la population nationale. Grâce à cette expérimentation, nous aurons les éléments nécessaires pour comparer les deux dispositifs : « Stop pub », qui a été renforcé par la loi AGECE, et celui-ci. Nous aurons enfin les moyens de procéder à une véritable évaluation et de connaître leur impact réel.

D'autre part, nous n'interdisons rien : si une personne souhaite continuer à recevoir de la publicité parce qu'elle en a besoin, il lui suffira de l'indiquer sur sa boîte aux lettres avec l'autocollant « Oui pub ». L'objectif du dispositif est non pas d'interdire la publicité papier, mais de mesurer les effets du « Oui pub » par rapport à ceux du « Stop pub ».

Cela étant, outre les membres de la Convention citoyenne pour le climat, beaucoup de citoyens de ma circonscription me disent qu'ils sont choqués de recevoir des tonnes de papier et qu'ils en ont assez. (*Protestations sur les bancs du groupe LR.*) Enfin, arrêtons d'être hypocrites sur le recyclage : recycler des tonnes et des tonnes de papier a nécessairement un impact environnemental, pas forcément en termes de gaz à effet de serre, mais en termes de consommation d'eau et de déchets, car nous savons qu'il y a de la déperdition. En matière environnementale, les petits pas sont tout aussi importants que les grands. Laissons du temps à l'expérimentation.

Par ailleurs, notre groupe présentera un amendement – qui sera, je l'espère, adopté – tendant à ce que le rapport d'évaluation de l'expérimentation intègre une étude de l'impact environnemental des campagnes publicitaires sous forme papier et par voie numérique. Entre nous soit dit, chers collègues, nous sommes nombreux dans cette salle à communiquer davantage par voie numérique que sur papier. Nous avons nous-même davantage d'impact sur l'environnement avec nos publications numériques et nos vidéos qu'avec l'éventuelle *newsletter* que nous diffusons une fois par an.

**M. Maxime Minot.** Le numérique, ça consomme aussi !

**M. Vincent Thiébaud.** Je vous invite donc, au nom du groupe La République en marche, à rejeter ces amendements de suppression, afin que nous ayons une vision claire de l'impact environnemental des différents dispositifs.

**M. Maxime Minot.** Ben voyons ! Et la stigmatisation ?

**M. le président.** La parole est à M. Pacôme Rupin.

**M. Pacôme Rupin.** Je voudrais donner quelques chiffres issus de l'étude d'impact du projet de loi. Le gain attendu de la mesure prévue à l'article 9 en termes de baisse des émissions de gaz à effet de serre est de...

**M. Guillaume Kasbarian.** Zéro !

**M. Pacôme Rupin.** ...0,37 million de tonnes, soit moins de 0,001 % des 458 millions de tonnes du bilan carbone de la France.

**Mme Valérie Beauvais.** Eh oui !

**M. Pacôme Rupin.** La filière représente 0,07 % de notre PIB. D'après l'étude d'impact, la mesure touchera 40 % de son activité, soit 0,03 % du PIB.

Je tenais à rappeler ces chiffres car, si l'on veut réduire l'empreinte carbone du pays, il importe de distinguer les activités dans lesquelles on peut réellement réduire cette empreinte et celles dans lesquelles la réduction sera moindre.

**M. Guillaume Kasbarian.** Bravo !

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Tu dis que nous n'allons pas assez loin, et maintenant tu es contre ?

**M. le président.** La parole est à M. Pierre-Alain Raphan.

**M. Pierre-Alain Raphan.** Je n'ai absolument rien contre les expérimentations ; il faut tenter, sinon, nous n'aurons pas de chiffres et nous ne saurons pas si ça marche. Monsieur Bazin, je sais que vous êtes quelqu'un de très précis et de très scientifique – nous l'avons vu lors de l'examen du projet de loi relatif à la bioéthique ; vous pouvez donc aller dans ce sens.

Néanmoins, j'invite la majorité et le Gouvernement à ne pas ignorer l'impact du numérique.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il y a un amendement qui arrive !

**M. Pierre-Alain Raphan.** Même si un amendement arrive, laissez-moi m'exprimer un instant.

L'ADEME indique que les mails envoyés en un an par une organisation de 100 personnes sont l'équivalent de 14 allers-retours Paris-New York en avion.

**Mme Valérie Beauvais.** Eh oui !

**M. Pierre-Alain Raphan.** Chaque année, l'Assemblée nationale polluerait donc autant que 350 allers-retours Paris-New York en avion, uniquement en envoyant des mails – publicité incluse. Un sénateur Les Républicains, M. Chaize, a travaillé sur le sujet. Je sais que nous allons amender l'article, mais nous ne pouvons pas ignorer ce qui pollue encore plus que le papier. (*Mme Géraldine Bannier applaudit.*)

**M. le président.** La parole est à Mme Véronique Riotton.

**Mme Véronique Riotton.** Je voudrais remettre les choses en perspective, car cela fait un an que nous avons ce débat sur le « Oui pub » et le « Stop pub ». Pour l'examen du projet de loi AGECE, dont j'ai été rapporteure, nous avons déjà mesuré l'impact que pourrait avoir le passage au « Oui pub » sur les emplois de la filière du papier et sur la précarité. Nous avons souhaité, à l'époque, renforcer la sanction en cas de non-respect du « Stop pub », modification qui est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier de cette année.

Or le débat revient et les citoyens nous invitent à l'expérimentation. Que prévoit l'article ? Que l'on expérimente. Je ne suis pas convaincue, à titre personnel, par le « Oui pub », mais nous avons besoin, en tant que parlementaires, d'éléments factuels pour légiférer, et nous avons ici l'occasion d'avoir une étude d'impact solide sur la question du papier. Faisons confiance à cette expérimentation ; nous avons expérimenté à de nombreuses reprises, et cela nous a permis d'obtenir des éléments factuels. Sortons du

fantasme et prenons des décisions objectives. Je vous invite à voter pour cette expérimentation, qui me semble pertinente.

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais.

**Mme Valérie Beauvais.** Je m'interroge sur la connotation philosophique de la mesure : en quoi un « Oui pub », qui marque une acceptation de la publicité, sera-t-il plus dissuasif qu'un « Stop pub » ?

**M. Erwan Balanant.** C'est simple !

**M. Thibault Bazin.** Venez nous expliquer, alors !

**M. Maxime Minot.** C'est simple pour les tordus du cerveau ! (*Exclamations sur les bancs du groupe LaREM.*)

**M. le président.** Monsieur Minot, vous me semblez un peu énervé ce matin. Que se passe-t-il ?

**M. Thibault Bazin.** Mais regardez, il nous agresse !

**M. Erwan Balanant.** Agresser ! Franchement !

**Un député du groupe LaREM.** Passons au vote !

**M. le président.** La parole est à M. le rapporteur général.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Je voudrais rappeler quelques éléments concernant l'article.

D'abord, c'est un message que nous envoient les Français, puisqu'il est issu du travail de la Convention citoyenne pour le climat et que nous sommes là pour reprendre et modifier, si nécessaire, ses propositions. L'article est d'ailleurs un exemple intéressant de la valeur ajoutée du Parlement. En effet, la Convention citoyenne préconisait, de manière assez brutale, de supprimer toute publicité papier à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2021. Boum ! Or le travail que nous avons effectué en commission spéciale va nous permettre de réduire l'impact écologique en prenant la bonne décision, dans deux ans, après l'expérimentation.

Je respecte les deux positions qui sont exprimées depuis un quart d'heure dans l'hémicycle. D'une part, on ne peut pas nier que ces tonnes de papier, jetées parfois directement, y compris dans la rue, représentent un gaspillage extrêmement important, ni que leur recyclage – qui n'est pas systématique – consomme beaucoup d'énergie. D'autre part, on peut craindre l'impact social de cette décision, ainsi que son impact éventuel sur l'information locale.

C'est la raison pour laquelle nous avons prévu collectivement quatre garde-fous. Le premier, c'est que nous faisons une fois de plus confiance aux collectivités territoriales et aux élus. (« Ah ! » *sur les bancs du groupe LaREM.*) Un élu rural pourra très bien estimer que le dispositif n'est pas adapté à son territoire et décider de ne pas participer à l'expérimentation.

**M. Maxime Minot.** Mais il sera stigmatisé !

**Un député du groupe LaREM.** Mais non !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Mais un élu urbain pourra prendre la décision contraire, car il considérera que les citoyens ne veulent plus de ce type de communication.

Deuxième garde-fou : il s'agit d'une expérimentation. On retrouve d'ailleurs, tout au long des différents articles du texte, la volonté d'expérimenter, de donner du temps,

d'observer, pour que les Français puissent accompagner cette transition, qu'ils en soient convaincus. C'est ce que permet l'expérimentation.

Troisième garde-fou : nous allons limiter le champ de l'expérimentation à 10 % de la population française. Si elle a un impact, celui-ci sera donc limité, et nous l'étudierons de la manière la plus fine possible.

Quatrième garde-fou : nous avons donné aux élus la possibilité de prévoir des exceptions, par exemple pour les événements culturels locaux.

Si nous adoptons cet article – je crois qu'il faut absolument le faire –, nous aurons, dans deux ans, deux bilans, celui du « Oui pub » et celui du « Stop pub », et nous pourrions alors prendre une décision éclairée.

**M. le président.** La parole est à Mme la ministre.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Nous sommes tous d'accord : il faut arrêter le gaspillage. Nous sommes tous choqués de voir ces tonnes de papier qui s'empilent au rez-de-chaussée de certains bâtiments ou qui partent directement à la poubelle – car, parfois, la distribution dans les boîtes aux lettres n'est même pas faite. Nous ne pouvons pas continuer comme cela.

Il faut trouver le meilleur moyen d'y remédier, avec des garde-fous. L'expérimentation le permettra, en montrant s'il faut poursuivre la démarche « Stop pub », ou alors en adopter une autre, celle de « Oui pub ».

J'entends les inquiétudes que vous exprimez concernant les petits artisans, entre autres. Mais les chiffres sont clairs : 90 % des imprimés non adressés viennent de la grande distribution ; c'est quand même la quasi-totalité ! Le reste, effectivement, comprend des imprimés d'artisans ou des annonces d'événements culturels. Nous avons donc prévu que, dans le cadre de l'expérimentation, les maires pourraient faire des exceptions pour ce type d'imprimé, s'ils estiment que c'est nécessaire, pour tel ou tel artisan, par exemple. Nous avons pensé à cette objection, et le dispositif est adapté aux réalités des territoires.

J'entends certains dire : « Ce n'est pas grave, ce sera recyclé. » Mais je rappelle qu'il vaut toujours mieux éviter de produire les déchets ; le meilleur déchet, c'est celui que l'on ne produit pas. Le recyclage est une solution, mais qui a ses limites : le papier ne peut être recyclé qu'un nombre limité de fois, entre cinq et sept ; qui plus est, dans certains cas, le recyclage n'est pas intégral, car il faut intégrer des fibres neuves. Attention, donc, le recyclage n'est pas la panacée.

Enfin, le « Oui pub » existe déjà pour la publicité par voie numérique. C'est une bonne chose, parce que celle-ci a un impact, même s'il faut rappeler que 75 % de l'impact environnemental du numérique est lié à la fabrication des terminaux.

**M. Maxime Minot.** Eh oui !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Expérimentons désormais le dispositif « Oui pub » pour le papier, afin d'avoir enfin les idées claires sur son intérêt.

**M. le président.** La parole est à M. Guy Bricout.

**M. Guy Bricout.** Peut-être faut-il renforcer les sanctions à l'égard de ceux qui transgressent le dispositif « Stop pub ».

Madame la ministre, à quelle échelle – une commune, une intercommunalité, un département – comptez-vous mener l'expérimentation ? Reposera-t-elle sur le volontariat des collectivités, ou leur sera-t-elle imposée ? Il est très important, pour la grande distribution, de savoir ce qui l'attend demain.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ce sera sur la base du volontariat, à l'échelle des EPCI.

**M. le président.** Je mets aux voix les amendements identiques n<sup>os</sup> 75, 152, 379, 1030, 1195, 1653, 2139, 2361, 2543, 3471, 3822, 3890, 4778, 5475, 5759, 6253, 6603 et 7064.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	90
Nombre de suffrages exprimés .....	85
Majorité absolue .....	43
Pour l'adoption .....	15
contre .....	70

*(Les amendements identiques n<sup>os</sup> 75, 152, 379, 1030, 1195, 1653, 2139, 2361, 2543, 3471, 3822, 3890, 4778, 5475, 5759, 6253, 6603 et 7064 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements, n<sup>os</sup> 6514, 4446, 5999, 6683, 60, 1037, 1198, 2544 et 7063, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n<sup>os</sup> 1198, 2544 et 7063 sont identiques.

La parole est à M. Jean-Charles Colas-Roy, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6514.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Nous sommes à un moment important du débat, puisque l'article 9 vise à mettre fin aux publicités non désirées dans les boîtes aux lettres.

Nous pouvons être fiers de la loi AGECE, adoptée il y a quelques mois, qui comprend de nombreuses mesures destinées à lutter contre le gaspillage et les dépôts sauvages et à favoriser l'économie circulaire. Mais aujourd'hui, nous pouvons aller plus loin encore.

Plus de 80 % des publicités déposées dans nos boîtes aux lettres vont directement à la poubelle. Il faut absolument mettre fin à ce gaspillage de ressources, d'énergie, d'encre. Mme la ministre l'a rappelé tout à l'heure, ces publicités représentent plus de 30 kilos par an et par foyer, et ont un coût considérable pour les collectivités locales, qui doivent traiter ces déchets. Il faut d'ailleurs mieux soutenir les filières de recyclage en France, qui sont actuellement en grande difficulté.

Certains collègues, du groupe Les Républicains notamment, considèrent que des emplois seront mis en difficulté si nous généralisons le dispositif « Oui pub ». Il faut être attentif à cette question.

Toutefois, au cours de nos débats, il faudrait aussi mentionner – nous ne le faisons pas assez – les centaines de milliers d'emplois qui seront créés grâce à la transition écologique. Durant les dix prochaines années, cela représentera entre 600 000 et 800 000 emplois. S'il convient, pour chaque article, d'étudier les emplois mis en difficulté et de prévoir les accompagnements nécessaires, il ne faut pas oublier les opportunités qui sont créées ; elles contribueront à l'attractivité économique.

Selon moi, nous pourrions être plus volontaristes et généraliser rapidement le dispositif « Oui pub » pour mettre fin à la distribution de ces publicités non désirées dans nos boîtes aux lettres et sur nos pare-brise. Mettons fin à une gabegie qui choque un grand nombre de nos concitoyens. C'est l'objet du présent amendement, qui reprend la proposition de la Convention citoyenne pour le climat.

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 4446 de M. Matthieu Orphelin, 5999 de Mme Laurence Vichnievsky, 6683 de M. Loïc Prud'homme, 60 de Mme Delphine Batho, 1037 de Mme Frédérique Lardet et 1198 de M. Marc Le Fur sont défendus.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2544.

**M. Thibault Bazin.** Vous voulez mener une expérimentation visant à interdire la distribution d'imprimés non adressés dans certains territoires. Or une mesure a déjà été prise en la matière il n'y a pas si longtemps, qui est entrée en vigueur tout récemment : depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, le non-respect du dispositif « Stop pub » est passible de l'amende prévue pour les contraventions de cinquième classe. Nous sommes le 2 avril. Il conviendrait d'abord, à mon avis, d'examiner l'efficacité de cette mesure. Le présent amendement vise donc à substituer un tel examen à l'expérimentation prévue. Ne prenons pas de mesures allant à l'encontre des dispositions adoptées dans la loi AGECE !

Madame la rapporteure, je fais un pas dans votre direction, puisqu'il ne s'agit pas de supprimer l'article et que nous maintenons notre ambition.

Madame la ministre, nous sommes d'accord : la loi AGECE a permis d'immenses progrès. Il nous faut désormais les mesurer.

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 7063 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur cette série d'amendements en discussion commune ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** De la même manière que j'étais défavorable aux amendements qui visaient à supprimer purement et simplement l'article, je suis défavorable à ceux qui prévoient la suppression de l'expérimentation prévue. Nous devons conduire celle-ci, pour juger du bien-fondé du passage de « Stop pub » à « Oui pub » et de sa généralisation éventuelle. Sans elle, nous ne pourrions pas évaluer ce dispositif.

Monsieur Bazin, vous proposez de substituer à l'expérimentation un rapport sur l'efficacité des sanctions prévues en cas d'infraction au dispositif « Stop pub ». Or l'article 9 prévoit déjà un rapport d'évaluation, qui intégrera en outre, si nous adoptons l'amendement n<sup>o</sup> 7190 de Mme Galliard-Minier, une étude comparée de l'impact environnemental des imprimés publicitaires et des publicités par voie numérique, comparaison que M. Raphan appelait de ses vœux.

J'émet un avis défavorable sur tous les amendements.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je suis défavorable aux amendements qui tendent à généraliser le dispositif « Oui pub » sans expérimentation. Les discussions dans cet hémicycle montrent bien qu'il est nécessaire d'en examiner les effets environnementaux, économiques et sociaux.

Quant aux amendements qui visent à annuler l'expérimentation de « Oui pub » pour ne conserver que « Stop pub », vous comprendrez bien que j'y sois également défavorable.

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin.

**M. Thibault Bazin.** Mme la ministre nous a démasqués, et c'est tout à son honneur.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** C'est dangereux, en ce moment !

**M. Thibault Bazin.** L'exigence scientifique à laquelle appelait M. Raphan doit nous amener à étudier l'effet des mesures prises. Madame la ministre, savez-vous combien d'amendes ont été infligées depuis l'entrée en vigueur de la mesure, le 1<sup>er</sup> janvier 2021 ? Il serait intéressant pour nous de disposer d'un tel chiffre.

J'en reviens à la dynamique suscitée par les imprimés publicitaires : si ceux-ci invitent à des achats plus locaux, plus durables, leur impact sur le réchauffement climatique est moindre que celui des campagnes publicitaires numériques.

**M. Pierre-Alain Raphan.** Bon argument !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Mais les imprimés viennent à 90 % de la grande distribution !

*(Les amendements n<sup>os</sup> 6514, 4446, 5999, 6683, 60, 1037, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements identiques n<sup>os</sup> 1198, 2544 et 7063 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 3193 de Mme Patricia Lemoine est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 3193, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Charles Colas-Roy, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6513.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Si j'en crois son argumentation de tout à l'heure, au début de l'examen de l'article, M. le rapporteur général sera favorable au présent amendement de repli, qui vise à ramener la durée de l'expérimentation de trois ans à deux ans. N'a-t-il pas parlé d'une généralisation « dans deux ans », si l'expérimentation était fructueuse ? Je le taquine, mais j'attends bien une réponse.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 6513, ayant reçu un avis défavorable de la commission et du Gouvernement, est retiré.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 2135 de Mme Brigitte Kuster est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 2135, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Marie Lebec, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2336.

**Mme Marie Lebec.** Cet amendement de notre collègue Éric Alauzet vise à exclure les échantillons de presse de l'expérimentation.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** J'y suis favorable. Alors que le secteur de la presse est très fragilisé, l'envoi d'échantillons de presse non adressés peut susciter l'envie de s'abonner. C'est une bonne option.

**M. Pacôme Rupin.** Oui !

*(L'amendement n<sup>o</sup> 2336, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 7048 de Mme Perrine Goulet et 652 de M. Christophe Blanchet, pouvant être soumis à une discussion commune, sont défendus.

*(Les amendements n<sup>os</sup> 7048 et 652, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements, n<sup>os</sup> 4712 et 4983, pouvant être soumis à une discussion commune.

L'amendement n<sup>o</sup> 4712 de M. Pierre Venteau est défendu.

La parole est à Mme Géraldine Bannier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 4983.

**Mme Géraldine Bannier.** Déposé par ma collègue Marguerite Deprez-Audebert, cet amendement du groupe Mouvement démocrate (MODEM) et démocrates apparentés vise à ce que, dans le cadre de l'expérimentation du dispositif « Oui pub », on évalue l'impact environnemental du basculement de l'imprimé publicitaire vers la publicité numérique.

**M. Pacôme Rupin.** Très bien !

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur ces deux amendements ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Les deux amendements ont le même objet, légitime. Je préfère la rédaction de celui de M. Venteau, plus précise quant à l'impact environnemental, les imprimés publicitaires n'en représentant qu'une partie. Je suis donc favorable à l'amendement n<sup>o</sup> 4712 et demande le retrait du n<sup>o</sup> 4983, qui sera satisfait par l'adoption du premier.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je suis favorable à ces deux amendements, mais préfère également la rédaction plus précise de celui de M. Venteau. Je propose donc un retrait du n<sup>o</sup> 4983 au profit du n<sup>o</sup> 4712. Il importe d'évaluer l'impact environnemental global et pas seulement celui de la production de déchets.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 4983 est retiré.)*

*(L'amendement n<sup>o</sup> 4712 est adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Géraldine Bannier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 288.

**Mme Géraldine Bannier.** La responsabilisation accrue induite par le dispositif « Oui pub », qui s'accompagnera peut-être de la mise à l'index de ceux qui continueraient à

préférer le papier, n'a qu'un but : réduire le volume de la publicité imprimée, dont la place se réduit également fortement dans la presse écrite.

Comme la nécessité pour les industriels de mettre en avant leurs produits perdurera – nous n'y pouvons rien –, je m'interroge, car le volume de publicité imprimée perdu se retrouvera, qu'on le veuille ou non, sous un format numérique. Or des études très sérieuses montrent qu'une même campagne publicitaire a beaucoup plus d'impact sur l'environnement sous un format numérique qu'en version papier. Je vous invite à lire l'exposé sommaire de mon amendement à ce sujet.

Je souhaiterais que l'on mesure précisément, dans le cadre de l'expérimentation « Oui pub », l'impact environnemental induit par le basculement de la publicité imprimée vers le numérique. L'amendement vise à l'écrire noir sur blanc dans la loi, au bénéfice de l'environnement.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le basculement de la publicité imprimée vers un format numérique pourrait effectivement avoir des conséquences environnementales. Je l'ai dit tout à l'heure, je donnerai un avis favorable à l'amendement n° 7190 de Mme Galliard-Minier, qui vise à ce que l'on mesure précisément l'impact de cet éventuel basculement. Je vous invite donc à retirer votre amendement au profit du n° 7190, que nous allons examiner par la suite.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Même avis. J'ai évidemment lu l'exposé sommaire de votre amendement, madame Bannier, qui fait état d'une analyse du cycle de vie conduite par le cabinet Quantis montrant que la publicité imprimée serait toujours meilleure pour l'environnement que la publicité numérique. D'autres études ont été faites sur le sujet, mais j'invite tout le monde à rester prudent, car il reste difficile à ce jour de quantifier les impacts environnementaux du numérique. En outre, les impacts de la filière forestière ne sont pas toujours pris en compte dans leur globalité. Les marges d'incertitude demeurent très élevées, si bien que les comparaisons ne sont pas vraiment possibles. Qui plus est, l'étude que vous évoquez a retenu une hypothèse maximaliste de présence systématique de vidéos dans les publicités numériques.

Je souhaite que l'on continue à mener ce travail. L'expérimentation nous y aidera, surtout avec l'amendement n° 4712 qui vient d'être adopté et celui que Mme la rapporteure vient de mentionner. Je vous invite à retirer votre amendement.

**M. le président.** Retirez-vous votre amendement, madame Bannier ?

**Mme Géraldine Bannier.** Je le maintiens, eu égard à l'importance du sujet.

*(L'amendement n° 288 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Chantal Jourdan, pour soutenir l'amendement n° 6082.

**Mme Chantal Jourdan.** Cet amendement de mon collègue Guillaume Garot vise à ce que l'expérimentation « Oui pub » soit ouverte à tous les territoires volontaires.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ce sont évidemment les collectivités volontaires qui pourront s'engager dans cette expérimentation, sous réserve d'une limitation de la population concernée à 10 % de la population totale, afin d'éviter le risque, évoqué par Mme la ministre, d'une généralisation du dispositif qui lui ferait perdre son caractère expérimental. Je demande le retrait de l'amendement.

*(L'amendement n° 6082, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 448.

**Mme Valérie Beauvais.** Madame la rapporteure, vous avez répété votre opposition à tout amendement de suppression d'un article et vous avez rejeté l'annulation de l'expérimentation prévue par l'article 9, mais peut-être serez-vous d'accord avec mon amendement qui vise à compléter l'alinéa 4 de l'article. Sa rédaction actuelle est la suivante : « Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'État. » Je propose d'ajouter : « , notamment le nombre, la typologie et la répartition géographique des collectivités territoriales ou leurs groupements concernés afin d'assurer la représentativité des résultats de l'expérimentation et les moyens à mettre en œuvre par les collectivités volontaires, la concertation à prévoir avec l'ensemble des parties prenantes, les critères et la méthode d'élaboration du rapport d'évaluation prévu à l'alinéa précédent. » Ces précisions me semblent nécessaires. *(Applaudissements sur les bancs du groupe LR.)*

**M. Maxime Minot.** Très bien !

**M. Thibault Bazin.** Excellent !

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Les précisions que vous voulez apporter sont certes importantes, mais elles feront justement l'objet du décret qui sera pris en Conseil d'État ; elles relèvent clairement du domaine réglementaire.

**Un député du groupe LR.** Oh... On s'en souviendra !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Dès lors que seules les collectivités volontaires – dans une limite de 10 % de la population française si vous décidez d'inscrire cette condition dans la loi – participeront à l'expérimentation, le pouvoir réglementaire sera évidemment attentif à la représentativité de ces collectivités.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je vous confirme que, dans le décret en Conseil d'État, nous ferons en sorte que l'expérimentation ait du sens. Sans représentativité, elle perdrait de son intérêt ! Je vous invite à retirer l'amendement.

*(L'amendement n° 448 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements identiques, n°s 6254 et 7189.

La parole est à M. Guillaume Kasbarian, pour soutenir l'amendement n° 6254.

**M. Guillaume Kasbarian.** Comme l'a rappelé mon collègue Pacôme Rupin, cette expérimentation aura probablement un impact environnemental presque nul mais un impact économique et social élevé. Je vous remercie, madame la ministre et

madame la rapporteure, de l'attention que vous portez à l'impact potentiel de l'expérimentation sur l'emploi : lors des travaux de la commission spéciale, vous avez fait preuve d'ouverture en acceptant de restreindre l'expérimentation à 10 % de la population française totale.

Vous voulez tester « Oui pub » ; dont acte. Cet amendement vise à ce que l'expérimentation soit limitée à 10 % de la population totale, ce qui permettra de recueillir des données, comme vous le souhaitez, tout en limitant l'éventuelle casse économique et sociale.

**M. le président.** L'amendement n° 7189 de M. Pierre Venteau est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur ces deux amendements identiques ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** L'avis est évidemment favorable à ces amendements, qui transcrivent dans la loi l'engagement pris par la ministre en commission spéciale de circonscrire l'expérimentation à 10 % de la population française, afin qu'elle reste bien une expérimentation, dont nous mesurerons les effets non seulement environnementaux mais aussi économiques et sociaux.

*(Les amendements identiques n° 6254 et 7189, acceptés par le Gouvernement, sont adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Florence Lasserre, pour soutenir l'amendement n° 5550.

**Mme Florence Lasserre.** Puisque vous souhaitez que nous testions le « Oui pub », profitons de ces trois années pour mener, dans d'autres territoires, une expérimentation parallèle, celle d'un renforcement du « Stop pub » par l'obligation d'informer l'ensemble des administrés du territoire concerné. À l'issue de cette période, nous pourrions comparer le « Stop pub » et le « Oui pub ».

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je vous rejoins sur le besoin de mieux faire connaître le dispositif « Stop pub » pour qu'il puisse être mieux appliqué, mais faire vivre conjointement deux expérimentations serait source de complexité, de confusion et d'illisibilité.

L'idée est de créer les possibilités d'expérimenter « Oui pub » en s'adossant aux collectivités locales volontaires et de continuer à faire vivre « Stop pub », comme y travaille l'ADEME et y contribue le renforcement des sanctions en cas de non-application du dispositif, inscrit dans la loi AGECE à l'initiative de Véronique Riotton et d'autres collègues.

Je demande le retrait de l'amendement.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** L'amendement est dans une certaine mesure satisfait, puisque l'ADEME a lancé en février dernier un plan d'action volontaire relatif au dispositif « Stop pub », qui vise notamment à accroître sa notoriété. Les parties prenantes – collectivités et professionnels – s'y emploient. Je demande moi aussi le retrait de l'amendement.

*(L'amendement n° 5550 est retiré.)*

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Meyer, pour soutenir l'amendement n° 3077.

**M. Philippe Meyer.** Cet amendement de mon collègue Éric Pauget vise à ce qu'à compter de 2024, le papier et le carton utilisés pour les imprimés non adressés à visée commerciale – qui ne vont, heureusement, pas totalement disparaître – soient obligatoirement issus de forêts à gestion durable, par exemple labellisées PEFC – programme de reconnaissance des certifications forestières. Nos concitoyens sont très sensibles à la gestion durable des forêts. Nous proposons de renforcer les sanctions dans le cas où le papier ou le carton ne proviendraient pas de telles forêts.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** L'article 48 de la loi AGECE dispose déjà que les imprimés publicitaires devront, dès 2023, être produits à partir de papier issu de forêts durables. L'amendement étant pleinement satisfait, j'en demande le retrait.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Les mesures de la loi AGECE vont même plus loin que celles prévues par votre amendement, puisqu'elles concernent non seulement les imprimés non adressés mais aussi les imprimés adressés. Je suis donc défavorable à votre amendement, qui est entièrement satisfait.

*(L'amendement n° 3077 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de neuf amendements, n° 404, 3970, 4549, 1710, 2576, 4195, 6515, 440 et 881, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n° 404, 3970 et 4549, les amendements n° 4195 et 6515, ainsi que les amendements n° 440 et 881 sont identiques.

Les amendements n° 404 de Mme Valérie Beauvais, 3970 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt et 4549 de M. Jean-Marie Sermier sont défendus.

**M. Thibault Bazin.** On fait vraiment avancer le débat, là !

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 1710.

**Mme Valérie Beauvais.** Il vise à préciser le contenu du rapport que le Gouvernement doit remettre au Parlement au terme de l'expérimentation : nous souhaitons qu'il inclue d'une part une évaluation des impacts socio-économiques et environnementaux, d'autre part des recommandations sur les suites à donner, sur les moyens de prévenir les dommages identifiés et sur les solutions alternatives au dispositif « Oui pub » pour limiter les imprimés publicitaires – par exemple le développement du dispositif « Stop pub ». L'évaluation de celui-ci, qui a été renforcé par la loi AGECE, et l'expérimentation du dispositif « Oui pub », que vous proposez, permettront de déterminer quelle est la meilleure formulation. Pour ma part, je trouve que « oui à la pub » n'est pas tellement dissuasif.

**M. le président.** La parole est à Mme Maina Sage, pour soutenir l'amendement n° 2576.

**Mme Maina Sage.** Il vise à préciser, à l'alinéa 3, que le rapport remis six mois avant la fin de l'expérimentation présente non seulement les résultats de son évaluation, mais aussi les modalités possibles de sa généralisation.

**M. le président.** L'amendement n° 4195 de M. Matthieu Orphelin est défendu.

La parole est à M. Jean-Charles Colas-Roy, pour soutenir l'amendement n° 6515.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Nous proposons de réfléchir d'ores et déjà aux conditions de généralisation de l'expérimentation. Vous l'avez compris, je suis favorable à une généralisation plus rapide. Si jamais l'expérimentation est positive, il faut d'entrée de jeu réfléchir à sa généralisation et à l'accompagnement des entreprises affectées par le dispositif.

**M. le président.** La parole est à M. Stéphane Testé, pour soutenir l'amendement n° 440.

**M. Stéphane Testé.** Il vise à prévoir dès à présent que, dans le cas où l'évaluation du dispositif « Oui pub » ferait état d'une réduction effective de la distribution des imprimés publicitaires, l'interdiction de celle-ci pourrait être pérennisée et généralisée à l'ensemble du territoire.

**M. le président.** L'amendement n° 881 de M. Michel Vialay est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur cette série d'amendements en discussion commune ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Trois types d'amendements ont été soutenus.

Les premiers, notamment celui de Mme Beauvais, vise à ce que l'on évalue les impacts économiques et sociaux du dispositif « Oui pub ». J'estime qu'ils sont satisfaits par la rédaction issue de la commission spéciale : nous avons adopté alors un amendement de M. Sermier précisant que l'expérimentation a pour but de vérifier les conséquences sur les secteurs d'activité concernés. Cette dimension est donc bel et bien prise en considération. Qui plus est, nous venons d'adopter un amendement de M. Venteau qui prévoit en outre une évaluation de l'impact environnemental.

D'autres amendements concernent la pérennisation du dispositif. Or elle est rendue possible par l'article tel qu'il est rédigé. C'est même l'objet de l'évaluation : permettre une éventuelle pérennisation.

Il en va de même pour la généralisation de l'expérimentation, monsieur Testé : si nous lançons une expérimentation, c'est précisément pour évaluer l'impact de la mesure et déterminer s'il convient ou non de la généraliser. Ce sera le cas si l'impact environnemental est positif, sachant que l'on tiendra compte d'autres critères, comme les impacts économiques et sociaux. Tel est l'esprit même de l'article 9.

J'émet un avis défavorable sur l'ensemble des amendements.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je partage l'argumentation de Mme la rapporteure. Avis défavorable sur l'ensemble des amendements.

*(Les amendements n° 2576 et 6515 sont retirés.)*

*(Les amendements identiques n° 404, 3970 et 4549 ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements n° 1710 et 4195, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements identiques n° 440 et 881 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à M. Vincent Thiébaud, pour soutenir l'amendement n° 7190.

**M. Vincent Thiébaud.** Proposé par ma collègue Camille Galliard-Minier et repris par le groupe La République en marche, cet amendement concerne l'impact du numérique, qui prend de plus en plus de place dans les campagnes publicitaires et tend à remplacer le papier. Mme la rapporteure l'a évoqué tout à l'heure, il vise à ce que le rapport qui sera remis au Parlement comprenne une étude comparée de l'impact environnemental des campagnes publicitaires menées au moyen d'imprimés et de celles qui sont effectuées par voie numérique. Cela renforcerait les dispositions prévues à l'article 9.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure thématique.** Comme je l'avais annoncé, je suis favorable à l'amendement, qui permettra de comparer l'impact des imprimés publicitaires non adressés et celui d'un report éventuel sur le numérique. Il importe que nous disposions d'éléments documentés.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je suis tout à fait favorable à cet amendement, qui permettra de faire progresser la réflexion. Nous voyons bien que nous avons besoin d'éléments.

*(L'amendement n° 7190 est adopté.)*

**M. le président.** Les amendements identiques n° 1132 de M. Pierre Vatin, 4857 de Mme Nathalie Bassire et 6104 de Mme Alexandra Louis sont défendus.

*(Les amendements identiques n° 1132, 4857 et 6104, repoussés par la commission et le Gouvernement, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** J'ai le sentiment qu'il y a un petit flottement...

**M. Bruno Studer.** On pédale ! On défend des amendements vélo ! *(Sourires.)*

**M. le président.** L'amendement n° 245 de Mme Delphine Batho est défendu.

*(L'amendement n° 245, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 2468 de Mme la rapporteure est rédactionnel.

*(L'amendement n° 2468, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

*(L'article 9, amendé, est adopté.)*

#### Après l'article 9

**M. le président.** Nous en venons à des amendements portant article additionnel après l'article 9.

L'amendement n° 6926 de Mme Marguerite Depez-Audebert est défendu.

*(L'amendement n° 6926, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n°s 3078 et 3084 de M. Éric Pauget, pouvant être soumis à une discussion commune, sont défendus.

*(Les amendements n°s 3078 et 3084, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

### Article 10

**M. le président.** L'amendement n° 1285 de M. Christophe Naegelen, tendant à supprimer l'article 10, est défendu.

*(L'amendement n° 1285, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n° 2547.

**M. Thibault Bazin.** Il vise non pas à supprimer l'article 10, mais à l'améliorer – ce rôle est tout à l'honneur de la représentation nationale. Je vous rejoins, monsieur le rapporteur général : je pense qu'il faut modifier le dispositif, afin qu'il soit gagnant pour la France. La rédaction de l'article soulève en effet des interrogations quant à son applicabilité.

D'abord, s'agissant d'une disposition relative aux rapports entre les professionnels et les consommateurs et à l'encadrement d'une pratique promotionnelle, il est proposé de modifier l'emplacement de cette disposition, en l'intégrant au code de la consommation dans la section « Règles propres à certaines publicités et pratiques commerciales ».

Ensuite, il convient de rappeler le caractère gratuit de la remise d'échantillon et de renvoyer à un décret la définition de ce qu'est un échantillon – sans entrer dans la technique, tout peut être considéré comme un échantillon –, afin d'assurer aux entreprises une sécurité juridique suffisante, ce que ne permet pas la rédaction actuelle de l'article 10.

Enfin, la preuve d'une « demande expresse » de la part du consommateur alourdirait considérablement les procédures à mettre en place, notamment en matière de collecte des données personnelles – veillons à simplifier les choses. Afin de rendre la disposition plus facilement applicable, il conviendrait de parler d'« accord » du consommateur, cet accord pouvant être exprimé tacitement ou expressément selon les circonstances de la remise de l'échantillon – qui peut prendre des formes très variées : solide, liquide, et j'en passe.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous avons modifié, en commission spéciale, plusieurs éléments dans l'article 10. Nous avons notamment supprimé le mot « expresse » dans l'expression « demande expresse », parce qu'il posait des problèmes, notamment en ce qui concerne la manière de recueillir cette demande et la possibilité de conserver ou non les données.

Vous avez déposé avec Mme Genevard un amendement, n° 3931, qui tend à renvoyer à un décret la définition de ce qu'est un échantillon. Cette précision me paraissant utile, j'y serai favorable.

Compte tenu de ces indications, j'imagine que vous êtes disposé à retirer le présent amendement.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Même avis.

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin.

**M. Thibault Bazin.** Comme vous me promettez un avis favorable sur l'amendement n° 3931, je retire celui-ci. Mais j'espère ne pas être trompé. *(Murmures sur les bancs du groupe LaREM.)*

**M. le président.** En règle générale, monsieur Bazin ?

**M. Maxime Minot.** Fait personnel ! *(Sourires.)*

*(L'amendement n° 2547 est retiré.)*

**M. le président.** L'amendement n° 1054 de Mme Frédérique Lardet est défendu.

*(L'amendement n° 1054, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de neuf amendements, n°s 1041, 7065, 2546, 385, 5562, 1862, 3213, 6266 et 230, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n°s 1041 et 7065 sont identiques, ainsi que les amendements n°s 3213 et 6266.

Les amendements identiques n°s 1041 de M. Vincent Descoeur et 7065 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt sont défendus.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n° 2546.

**M. Thibault Bazin.** Par cet amendement, je propose d'asseoir le dispositif sur le consentement préalable à la remise d'échantillon.

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 385.

**Mme Valérie Beauvais.** Il vise à substituer, à l'alinéa 2, aux mots « interdit de fournir à un consommateur, sans demande de sa part » les mots « permis de fournir à un consommateur, par consentement tacite et sauf si ce dernier n'y consent pas expressément ».

En effet, interdire la distribution d'échantillons en l'absence de demande expresse des consommateurs reviendrait à limiter cette pratique courante pour de nombreuses entreprises, voire à y mettre fin. Dans les pratiques commerciales, il est usuel pour les entreprises de demander à leurs clients s'ils désirent des échantillons – on ne les met pas dans leur sac à leur insu ! Ces échantillons ne sont donc que très rarement remis sans le consentement des consommateurs.

Renverser ce principe en considérant que c'est au consommateur de demander des échantillons n'est pas opportun, surtout dans l'hypothèse où l'entreprise ne serait pas en mesure de lui en fournir. De surcroît, mettre fin à la fourni-

ture d'échantillons privera les entreprises de la possibilité de promouvoir de nouveaux produits et de faire connaître leurs innovations.

Le présent amendement vise donc à considérer que le consentement du consommateur est tacite pour recevoir des échantillons, sauf demande contraire expresse de sa part. Nous avons tous découvert un parfum grâce à un échantillon qu'on nous a proposé.

**M. Maxime Minot.** Exactement !

**M. le président.** La parole est à Mme Florence Lasserre, pour soutenir l'amendement n° 5562.

**Mme Florence Lasserre.** Il vise à remplacer la notion de demande expresse du consommateur par celle de consentement pour autoriser la fourniture d'un échantillon. Imposer une demande expresse du client nous semble excessif.

**M. le président.** L'amendement n° 1862 de Mme Christine Hennion est défendu.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n° 3213.

**M. Thibault Bazin.** C'est une autre formulation qui vous est proposée ici, madame la rapporteure. Dans la pratique, comme l'a expliqué ma collègue Valérie Beauvais, il est peu vraisemblable qu'un consommateur demande à un conseiller de vente de lui remettre un échantillon.

**M. Pacôme Rupin.** Si, en parfumerie !

**M. Thibault Bazin.** Afin de rendre la disposition plus aisément applicable, il conviendrait plutôt de parler d'« accord » du consommateur, cet accord pouvant être exprimé tacitement ou expressément selon les circonstances de la remise.

**M. le président.** La parole est à M. Guillaume Kasbarian, pour soutenir l'amendement n° 6266.

**M. Guillaume Kasbarian.** Dans la lignée de ce que vient de dire notre collègue Thibault Bazin, la rédaction actuelle est problématique en ce qu'elle exige une « demande » du consommateur pour remettre un échantillon. Concrètement, comment une parfumerie, par exemple, va-t-elle collecter la preuve d'une telle demande ? N'est-on pas en train d'ajouter de la complexité bureaucratique et administrative ? Il faudra demander au consommateur une attestation ou une décharge prouvant qu'il a bien demandé un échantillon.

Nous proposons donc de simplifier la rédaction en limitant l'exigence à celle d'un « accord » du consommateur. Je ne voudrais que, partant d'une bonne intention, celle de limiter la distribution d'échantillons – si tant est qu'il s'agisse d'une bonne intention –, on en vienne à créer de la complexité administrative dans les boutiques, ce qui reviendrait en réalité à interdire tout type d'échantillon.

**M. le président.** L'amendement n° 230 de M. Vincent Descoeur est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur cette série d'amendements en discussion commune ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ma réponse sera commune aux différents amendements. Certains d'entre eux font référence à une demande « expresse » du consommateur. Or la commission spéciale a adopté un amendement qui a supprimé ce terme, pour ne conserver que la

« demande » du consommateur. La remise d'échantillon ne sera, bien sûr, pas interdite, mais l'objectif est bien que la demande vienne du consommateur, afin de limiter le gaspillage.

Par ailleurs, nous avons exclu les publications de presse du dispositif. Il est courant que les magazines féminins, pour enfants ou autre envoient des échantillons. Or un livre pour enfants, par exemple, aurait pu être considéré comme un échantillon. Le champ de l'article 10 est ainsi bien délimité.

Au regard des modifications déjà effectuées en commission spéciale, je suis défavorable à l'ensemble de ces amendements.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Il importait, comme l'a fait la commission spéciale, d'apporter des précisions afin d'éviter les quiproquos. Le fait d'exiger une « demande expresse » pour remettre des échantillons était en effet susceptible de créer de la lourdeur, et même des risques pour les entreprises. Le terme « expresse » a donc été supprimé. Nous sommes parvenus à un équilibre, qui me semble être le bon.

Par ailleurs, comme la rapporteure vient de le dire, l'acte d'achat ou d'abonnement à une publication de presse emporte désormais une présomption de demande de la part du consommateur des éventuels échantillons que cette publication pourrait contenir, dès lors que leur présence est visible ou indiquée. Il a également été précisé que les publications de presse ne seront pas considérées comme des échantillons.

Le dispositif est donc bien encadré, un décret d'application étant en outre prévu. Les amendements me semblent pleinement satisfaits, j'y suis défavorable.

*(Les amendements identiques n° 1041 et 7065 ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements n° 2546 et 385, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

*(L'amendement n° 5562 est retiré.)*

*(L'amendement n° 1862 n'est pas adopté.)*

*(Les amendements identiques n° 3213 et 6266 ne sont pas adoptés.)*

*(L'amendement n° 230 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n° 157 de M. Vincent Descoeur et 4863 de Mme Michèle Crouzet sont défendus.

*(Les amendements n° 157 et 4863, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Sur l'article 10, je suis saisi par le groupe La République en marche d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à Mme Marie Lebec, pour soutenir l'amendement n° 3523.

**Mme Marie Lebec.** C'est un amendement de précision juridique, qui vise à substituer à la formule « dans le but de lui vendre ce produit » les mots « dans le cadre d'une démarche commerciale », car les échantillons sont souvent remis au client après le passage en caisse.

*(L'amendement n° 3523, accepté par la commission et le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n°s 898 de M. Gérard Cherpion, 217 de M. Julien Dive, 5672 de M. Fabien Lainé, 6684 de Mme Mathilde Panot et 3526 de Mme Sophie Beaudouin-Hubiere sont défendus.

*(Les amendements n°s 898, 217, 5672, 6684 et 3526, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n° 3931.

**M. Thibault Bazin.** Nous arrivons au moment tant attendu (*Sourires*), qui nous permettra de savoir si vous tenez vos promesses, madame la rapporteure. Par cet amendement, nous proposons de renvoyer à un décret la définition de ce qu'est un échantillon, afin d'assurer aux entreprises une sécurité juridique suffisante,...

**M. Maxime Minot.** Eh oui, il y a encore des paroles sensées dans cet hémicycle!

**M. Thibault Bazin.** ...ce que la rédaction actuelle de l'article 10 ne permet pas. Le groupe Les Républicains montre ainsi, une fois de plus, qu'il a à cœur de vous faire des propositions qui tendent à améliorer les dispositifs prévus. (*Applaudissements sur les bancs du groupe LR.*)

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Lorsque l'opposition est constructive, nous ne pouvons que l'être nous aussi. J'émetts bien évidemment un avis favorable à l'excellent amendement de M. Bazin. (*Applaudissements sur quelques bancs du groupe LaREM.*)

**M. Maxime Minot.** Tournée générale!

**M. le président.** Madame la ministre, votre position est-elle aussi enthousiaste que celle de Mme la rapporteure ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je m'en remets à la sagesse de l'Assemblée.

**Un député du groupe LaREM.** Retirez l'amendement, monsieur Bazin! (*Sourires.*)

*(L'amendement n° 3931 est adopté.) (Applaudissements sur plusieurs bancs des groupes LaREM et LR.)*

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Désormais, vous êtes tenu de voter l'article 10, monsieur Bazin!

**M. Thibault Bazin.** Ne vous inquiétez pas, madame la rapporteure!

**M. le président.** Je mets aux voix l'article 10, tel qu'il a été amendé.

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. le président.** Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants .....	67
Nombre de suffrages exprimés .....	55
Majorité absolue .....	28
Pour l'adoption .....	55
contre .....	0

*(L'article 10, amendé, est adopté.)*

## Article 11

**M. le président.** Je suis saisi de trois amendements identiques, n°s 358, 2484 et 4786, tendant à supprimer l'article 11.

La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 358.

**Mme Valérie Beauvais.** Les dispositions de l'article 41 de la loi AGEC prévoient déjà le développement de la vente en vrac. Or l'article 11 du présent projet de loi vise à imposer un seuil de 20 % de la surface de vente consacrée à la vente en vrac, pour les commerces de vente dont la surface est supérieure à 400 mètres carrés. Si la vente en vrac est *a priori* louable, imposer un tel seuil de 20 % est inopérant pour les motifs suivants.

Appartient-il à l'État de fixer un tel seuil, sachant que cela revient à imposer un mode de commercialisation des produits à des enseignes commerciales privées? Ce n'est ni plus ni moins qu'une mesure d'économie administrée.

Le texte évoque le commerce de détail, ce qui induit que ce principe pourrait s'appliquer aux magasins de bricolage, de sport, de parfumerie. Par conséquent, comment ces magasins appliqueront-ils une telle mesure? En seront-ils exonérés?

De quelle surface parle-t-on? Les réserves sont-elles comprises? Qu'en est-il de l'espace où sont installées les caisses?

La mesure ne sera pas sans conséquences pour les enseignes commerciales, qui devront acquérir des équipements: rayonnages, packaging, balances. Quel en sera le coût?

La question de la traçabilité se pose, et il ne faut pas négliger non plus les enjeux sanitaires, particulièrement en cette période délicate de crise du covid. En la matière, les réponses ne sont pas fournies par l'article, mais peut-être allez-vous nous éclairer.

Enfin, aucune étude d'impact n'a été réalisée pour évaluer les conséquences économiques de la mesure. Davantage de vrac signifie moins de références et de marques, peut-être au détriment des PME, et risque de rendre plus complexes les achats de découverte et les innovations.

De plus, si le vrac se traduit par moins de gaspillage, donc par des économies, il est parfois plus cher au litre ou au kilo. Selon la société IRI, 30 % des consommateurs ont le sentiment – il faut en tenir compte – que le vrac est plus onéreux.

Pour toutes ces raisons, je propose de supprimer l'article 11.

**M. Maxime Minot.** Très bien!

**M. le président.** Les amendements identiques n°s 2484 de M. Marc Le Fur et 4786 de Mme Isabelle Valentin sont défendus.

Quel est l'avis de la commission sur ces amendements de suppression?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** J’y suis évidemment défavorable.

Vous faites référence, madame Beauvais, à la rédaction initiale de l’article 11. Or nous l’avons profondément modifié en commission, à la faveur d’une réécriture globale.

De programmatore, nous l’avons rendu normatif, considérant qu’il fallait fixer une trajectoire claire en la matière. Précisons que le dispositif prend désormais en considération non seulement la vente en vrac, mais aussi l’absence d’emballage primaire.

En outre, nous avons ouvert plusieurs options aux entreprises pour développer la vente en vrac. Nous avons ainsi introduit les notions de nombre de références et de proportion du chiffre d’affaires.

Ce faisant, nous avons gardé un objectif ambitieux : permettre à nos concitoyens de disposer d’une offre de vente en vrac à proximité de chez eux. Faute d’une telle offre, de nombreux Français ne peuvent avoir recours au vrac, alors qu’ils le souhaitent. C’est aujourd’hui le principal frein.

**M. le président.** Quel est l’avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je suis moi aussi défavorable à ces amendements de suppression.

L’article 11 prévoit qu’« au 1<sup>er</sup> janvier 2030, les commerces de vente au détail dont la surface est supérieure ou égale à 400 mètres carrés consacrent au moins 20 % de leur surface de vente de produits de grande consommation, ou un dispositif d’effet équivalent exprimé en nombre de références ou en proportion du chiffre d’affaires, à la vente de produits présentés sans emballage primaire, y compris la vente en vrac. » Un décret précisera les objectifs à atteindre, en fonction notamment des catégories de produits et des exigences sanitaires et de sécurité.

La commission spéciale a bien travaillé. Elle a adopté des modifications qui permettent de mieux cibler les produits pour lesquels il existe un enjeu et un potentiel de développement de la vente sans emballage. Elle a en effet limité le champ de la disposition aux produits de grande consommation, qui sont définis par décret. Dès lors, les articles de bricolage, les meubles, les livres et les vêtements ne seront pas concernés, mais les produits alimentaires et les produits d’entretien le seront.

Ensuite, la commission spéciale a étendu la liste des produits intégrés dans l’objectif de 20 % pour y inclure les produits vendus à la découpe assistée en magasin ou vendus sans emballage mais en quantité non choisie par le consommateur, lesquels ne sont pas inclus aujourd’hui dans la définition législative du vrac.

Elle a aussi apporté davantage de souplesse dans la manière d’atteindre l’objectif de 20 % en 2030 : le calcul prendra en compte soit la part de la surface de vente – ce qui était la seule option initialement –, soit la part des produits référencés par le commerce, soit le pourcentage du chiffre d’affaires. Cet aménagement était demandé par les entreprises.

La commission spéciale a prévu également une adaptation par voie réglementaire pour tenir compte de la spécificité des filières et des produits, le potentiel de développement du vrac étant hétérogène.

Enfin, elle a rendu le dispositif plus clair et plus opérationnel en l’inscrivant dans une logique normative qui s’appliquera commerce par commerce.

Il faut dire que l’enjeu – la fin du suremballage et du tout plastique – est important. Je rappelle que nous consommons chaque année 1,2 million de tonnes d’emballages ménagers en plastique et que le vrac ne représente aujourd’hui que 0,8 % de la part de marché des produits de grande consommation hors produits frais, et sans doute quelques points au maximum avec les produits frais. C’est dire que notre objectif est ambitieux.

Cela étant, le vrac jouit d’une demande croissante de la part des consommateurs. Son chiffre d’affaires a augmenté de 41 % en 2019 et de 8 % en 2020, malgré la crise de la covid. C’est un mouvement que nous souhaitons accompagner et développer. Je rappelle aussi que l’objectif inscrit dans le projet de loi est en deçà de celui qu’avaient proposé les membres de la Convention citoyenne pour le climat.

Pour travailler sur cet article, nous nous sommes appuyés sur les travaux de l’association Réseau Vrac, afin de définir un objectif ambitieux mais réaliste. Celui que nous visons permettra, chaque année, de réduire de 220 000 tonnes nos emballages en plastique et d’éviter ainsi de produire 500 000 tonnes de CO<sub>2</sub>.

Certains secteurs ont un potentiel important pour la vente en vrac. C’est le cas des fruits et légumes. *A contrario*, pour certaines filières – comme les vins et spiritueux, ou les cosmétiques –, le potentiel de vente en vrac est plus limité. Les magasins spécialisés dans ces produits auront donc plus de mal à atteindre l’objectif de 20 %. Pour prendre en compte ces spécificités, je défendrai un sous-amendement à l’amendement n° 6264, afin que le décret d’application de l’article 11 puisse adapter l’objectif aux commerces spécialisés.

Par ailleurs, je serai favorable à certains amendements de Mme la rapporteure ou de Mme Riotton – j’y reviendrai.

*(Les amendements identiques n° 358, 2484 et 4786 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je suis saisi de sept amendements, n° 6685, 6083, 7078, 7066, 1461, 2548 et 3007, pouvant être soumis à une discussion commune.

L’amendement n° 6685 de Mme Mathilde Panot est défendu.

La parole est à Mme Chantal Jourdan, pour soutenir l’amendement n° 6083.

**Mme Chantal Jourdan.** Cet amendement de M. Garot vise à élargir le périmètre de l’article, en prévoyant qu’au 1<sup>er</sup> janvier 2030, les commerces de vente alimentaire au détail dont la surface est supérieure ou égale à 400 mètres carrés consacrent au moins 30 % de leur surface de vente non seulement à des produits en vrac mais aussi à des produits labellisés, qui sont souvent des produits locaux ou de qualité.

**M. le président.** Les amendements n° 7078 de Mme Martine Leguille-Balloy, 7066 de Mme Sylvie Bouchet Bellecourt et 1461 de M. Bertrand Pancher sont défendus.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l’amendement n° 2548.

**M. Thibault Bazin.** Les améliorations apportées en commission spéciale, vantées par Mme la rapporteure, ne nous semblent pas suffisantes. D'ailleurs, l'inquiétude des acteurs qui seront éventuellement concernés par l'application de la mesure n'est pas dissipée. Pour les rassurer et mieux adapter les dispositions de l'article à la réalité économique des filières, notamment aux contraintes sanitaires, je vous propose d'en préciser les termes, ce qui améliorera sa lisibilité et renforcera son applicabilité. Nous pourrions notamment indiquer qu'il vise les commerces de détail – et non les commerces de vente – dont la surface de vente excède 400 mètres carrés, et prévoir un décret d'application pour spécifier l'objectif, ses modalités de calcul ainsi que les conditions à prendre en compte pour le déterminer.

**M. le président.** L'amendement n° 3007 de M. Vincent Descoeur est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur cette série d'amendements en discussion commune ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** J'émet un avis défavorable sur tous ces amendements, bien qu'ils soient sensiblement différents.

L'amendement n° 6083 tend à inclure un grand nombre d'éléments dans cet article, par lequel nous cherchons à offrir aux Français la possibilité d'acheter davantage de produits sans emballage primaire, notamment en vrac, afin de réduire l'impact sur l'environnement. Si l'on y introduit les produits locaux ou issus de l'agriculture biologique, nous nous éloignerons de l'objectif qui doit nous réunir, à savoir la lutte contre le gaspillage. Mieux vaut privilégier la clarté.

D'autres amendements visent à récrire l'article. En commission spéciale, nous avons ouvert plusieurs options, pour faciliter l'atteinte de l'objectif fixé. La première option consiste à réserver aux produits sans emballage primaire on en vrac 20 % de la surface de vente de produits de grande consommation ; la seconde est un dispositif d'effet équivalent exprimé en nombre de références ; la troisième, un dispositif d'effet équivalent exprimé en proportion du chiffre d'affaires. Je ne souhaite évidemment pas que l'on renonce à ces différentes options.

D'autres amendements encore visent à revenir à la rédaction initiale, en supprimant la portée normative de l'article. Or nous souhaitons, Mme la ministre et moi-même, que celui-ci ne soit pas uniquement programmatique.

*(Les amendements n°s 6685, 6083, 7078, 7066, 1461, 2548 et 3007, repoussés par le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je suis saisi de trois amendements, n°s 4576, 7191 et 2550 rectifié, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n°s 4576 et 7191 sont identiques.

La parole est à Mme la rapporteure, pour soutenir l'amendement n° 4576.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous souhaitons nous saisir de l'article pour clarifier une des dispositions de la loi AGEC, qui concerne la définition du vrac. Je laisserai Mme Riotton préciser notre proposition.

**M. le président.** La parole est à Mme Véronique Riotton, pour soutenir l'amendement n° 7191.

**Mme Véronique Riotton.** Il s'agit effectivement de préciser la définition de la vente en vrac, dont nous avons encouragé le développement par la loi AGEC et que nous continuons à accompagner. Ce type de vente peut avoir lieu sous deux formes – vente en libre service ou vente en rayon à la coupe, dite en service assisté –, qu'un emballage réemployable soit mis ou non à la disposition du client.

**M. le président.** La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n° 2550 rectifié.

**M. Thibault Bazin.** Je suis ravi de découvrir ces deux amendements. En commission spéciale, quand j'avais insisté sur la nécessité de préciser que la mesure devrait s'appliquer dans tous les points de vente, ambulants ou non, ce qui supposait d'ajouter les termes « y compris » à l'article L. 120-1 du code de la consommation, vous m'aviez opposé divers arguments.

Puisque vous vous êtes rangées aux miens, et qu'au bout d'une semaine, vous avez fini par entendre mon appel, je retire mon amendement au bénéfice des vôtres, en me réjouissant que la semence législative finisse quelquefois par germer. *(Mme la ministre et Mme la rapporteure sourient.)*

*(L'amendement n° 2550 rectifié est retiré.)*

*(Les amendements identiques n°s 4576 et 7191, acceptés par le Gouvernement, sont adoptés.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 393.

**Mme Valérie Beauvais.** Il vise à ajuster la part de la surface consacrée à la vente en vrac en fonction de la taille des commerces. Le taux serait de 20 % dans ceux dont la surface de vente est supérieure à 1 000 mètres carrés – au lieu de 400 mètres carrés, aux termes de la rédaction actuelle –, de 15 % dans ceux dont la surface de vente est comprise entre 800 et 1 000 mètres carrés et de 10 % dans ceux dont la surface de vente varie entre 400 et 800 mètres carrés.

Je l'ai dit : les conditions d'investissement et d'application de la mesure me semblent trop lourdes pour des commerces dont la surface de vente est inférieure à 400 mètres carrés. D'où l'importance d'instaurer une progressivité.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** La prise en compte de la surface de vente, pour atteindre l'objectif fixé, ne représente qu'une des trois options que nous avons ouvertes. Je rappelle qu'il en existe deux autres : un dispositif d'effet équivalent exprimé en nombre de références ; un dispositif d'effet équivalent exprimé en proportion du chiffre d'affaires.

Pour la première, qui se fonde sur la surface des commerces, nous ne souhaitons pas réduire notre objectif : il faut qu'en 2030, 20 % de la surface de vente des commerces dont la surface est supérieure ou égale à 400 mètres carrés soient effectivement consacrés à la vente de produits sans emballage primaire.

Je demande le retrait de l'amendement.

**M. le président.** Quel est l'avis du Gouvernement ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Nous avons déjà intégré à notre réflexion la taille des commerces, puisque l'objectif que nous visons concernera seulement ceux dont la surface de

vente dédiée aux produits de grande consommation est supérieure ou égale à 400 mètres carrés. Il n'y a pas lieu d'aller plus loin en introduisant une progressivité – laquelle ne ferait qu'ajouter de la complexité au texte, ce que nul ne souhaite. J'émet donc un avis défavorable.

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais.

**Mme Valérie Beauvais.** Si nous avons défendu des amendements tendant à supprimer l'article, c'est précisément parce que le seuil de 400 mètres carrés nous semble trop bas. Très différents des hypermarchés, les supermarchés de proximité qui ne font que de l'alimentaire et rencontrent des problèmes de place auront du mal à s'organiser et à assumer les investissements nécessaires. Il serait plus raisonnable de prévoir un pourcentage de 20 % de vente en vrac si la surface du magasin atteint 1 000 mètres carrés et de réduire progressivement ce taux à mesure que la surface diminue.

Par ailleurs, le projet de loi est déjà très complexe. L'adoption d'un amendement qui ne vise qu'à adapter vos propositions n'y changerait pas grand-chose.

*(L'amendement n° 393 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La suite de la discussion est renvoyée à la prochaine séance.

2

#### ORDRE DU JOUR DE LA PROCHAINE SÉANCE

**M. le président.** Prochaine séance, cet après-midi, à quinze heures :

Suite de la discussion du projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets.

La séance est levée.

*(La séance est levée à treize heures.)*

*Le Directeur*

SERGE EZDRA