

# ASSEMBLÉE NATIONALE

**JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

**SESSION ORDINAIRE DE 2020-2021**

226<sup>e</sup> séance

## Compte rendu intégral

**3<sup>e</sup> séance du jeudi 1<sup>er</sup> avril 2021**

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



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

# SOMMAIRE

## PRÉSIDENTE DE M. MARC LE FUR

### 1. Lutte contre le dérèglement climatique (p. 3485)

DISCUSSION DES ARTICLES (*suite*) (p. 3485)

Après l'article 4 (*suite*) (p. 3485)

Amendements n<sup>os</sup> 5419 rectifié, 7312 (ss-adt)

Mme Aurore Bergé, rapporteure de la commission spéciale pour le titre I<sup>er</sup>

Mme Barbara Pompili, ministre de la transition écologique

Amendements n<sup>os</sup> 3846, 3844, 4981, 6238, 7114, 7188, 2121, 5996, 6451, 6635, 4980, 4443, 564, 708, 2137, 7058, 6674, 6464, 7105, 7242

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

Amendements n<sup>os</sup> 2470, 3567

Article 4 *bis* (p. 3492)

Amendements n<sup>os</sup> 2839, 3182, 2460, 2461

Article 5 (p. 3492)

Amendements n<sup>os</sup> 52, 2481, 2541, 2841, 4131, 5089, 6642, 6678, 500, 7120 rectifié

Sous-amendement n<sup>o</sup> 7292

Amendements n<sup>os</sup> 377, 73, 1865, 3833, 2462, 4250, 7072, 3418, 1863

*Suspension et reprise de la séance* (p. 3498)

Amendement n<sup>o</sup> 4456

Sous-amendement n<sup>o</sup> 7295

Amendements n<sup>os</sup> 2474, 5808, 7073

Après l'article 5 (p. 3501)

Amendements n<sup>os</sup> 7252, 6643, 3417, 4978, 4185, 2976, 6391, 2975

Article 5 *bis* (p. 3503)

Amendements n<sup>os</sup> 2845, 3185, 4506, 1867, 1868, 6638

Après l'article 5 *bis* (p. 3504)

Amendements n<sup>os</sup> 2023, 7187, 1188, 111, 7010, 2024

Article 6 (p. 3504)

Amendements n<sup>os</sup> 55, 968, 5090, 6644, 6681, 6680, 943, 963, 1434, 1729, 2620, 56, 3435

### 2. Ordre du jour de la prochaine séance (p. 3509)

# COMPTE RENDU INTÉGRAL

## PRÉSIDENCE DE M. MARC LE FUR

### vice-président

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

*(La séance est ouverte à vingt et une 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).

Pour information, les outils permettant de procéder aux scrutins publics ont été réparés (*Exclamations sur plusieurs bancs*)... à la satisfaction générale, comme je l'entends, même si nous avons survécu à cet incident mineur.

### DISCUSSION DES ARTICLES

*(suite)*

**M. le président.** Cet après-midi, l'Assemblée a poursuivi la discussion des articles, s'arrêtant à l'amendement n<sup>o</sup> 5419 rectifié portant article additionnel après l'article 4.

### Après l'article 4

*(suite)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 5419 rectifié et le sous-amendement n<sup>o</sup> 7300 ont été présentés; la rapporteure a donné un avis favorable à son amendement et défavorable au sous-amendement.

Le sous-amendement n<sup>o</sup> 7300 a été retiré; un nouveau sous-amendement n<sup>o</sup> 7312 a été déposé.

Sur le sous-amendement n<sup>o</sup> 7312, je suis saisi par le groupe Socialistes et apparentés d'une demande de scrutin public.

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

La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir le sous-amendement.

**M. Dominique Potier.** Je voudrais saluer ici le dialogue que nous avons eu avec la rapporteure et la ministre pour réécrire ce sous-amendement, dont la réécriture était parfaitement justifiée.

Il assure que le système dérogatoire prévu à dessein par notre rapporteure n'annule pas les autres dispositions législatives, notamment la possibilité de sanctionner le *greenwashing*, ou blanchiment écologique, au même titre que les autres allégations commerciales trompeuses.

Nous nous félicitons d'avoir pu ainsi coopérer pour, ensemble, mieux rédiger la loi.

**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>.** Merci, monsieur Potier, pour vos mots. En effet, nous avons travaillé de manière à clarifier les sanctions qui pourraient être appliquées demain au blanchiment écologique. Je suis donc favorable à votre sous-amendement, et j'espère que nous pourrons voter à l'unanimité mon amendement ainsi modifié.

**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.** J'émet un avis favorable à l'amendement présenté par la rapporteure, qui crée un régime de sanction spécifique pour les pratiques commerciales trompeuses en matière environnementale; je suis également favorable au sous-amendement présenté par M. Potier, qui apporte une précision bienvenue.

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

**M. Erwan Balanant.** Nous nous félicitons de cette modification qui supprime tout risque. Bravo à Dominique Potier, à la rapporteure et à la ministre d'avoir travaillé à cette solution pendant la pause du dîner!

**M. le président.** Je mets aux voix le sous-amendement n<sup>o</sup> 7312.

**Mme Caroline Fiat.** Ne cassez pas les boutons!

*(Il est procédé au scrutin.)*

**M. Erwan Balanant.** Ça a l'air d'avoir fonctionné...

**Mme Caroline Fiat.** Toujours pas de résultat affiché? C'est la République en marche doucement!

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

Nombre de votants .....	60
Nombre de suffrages exprimés .....	54
Majorité absolue .....	28
Pour l'adoption .....	54
contre .....	0

(Le sous-amendement n° 7312 est adopté.)

**M. le président.** C'est sans ambiguïté!

Je mets aux voix l'amendement n° 5419 rectifié. Je vous rappelle qu'un scrutin public avait été demandé par le groupe La République en marche, avant la pause.

(Il est procédé au scrutin.)

**M. Erwan Balanant.** Les boutons « contre » ne fonctionnent plus!

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

Nombre de votants .....	64
Nombre de suffrages exprimés .....	59
Majorité absolue .....	30
Pour l'adoption .....	59
contre .....	0

(L'amendement n° 5419 rectifié, sous-amendé, est adopté.)  
(Applaudissements sur les bancs des groupes LaREM et Dem.)

**M. le président.** Sur l'amendement n° 4981, je suis saisi par le groupe Mouvement démocrate (MoDem) et démocrates apparentés d'une demande de scrutin public.

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

Les amendements n°s 3846 et 3844 de M. Guy Bricout sont défendus.

(Les amendements n°s 3846 et 3844, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)

**M. le président.** La parole est à M. Erwan Balanant, pour soutenir l'amendement n° 4981.

**M. Erwan Balanant.** Il vise à ajouter au code de l'environnement une section 8, intitulée « Publicité sur les produits et services ayant un impact excessif sur le climat », qui interdirait le fait d'affirmer à tort, dans une publicité, qu'un produit ou un service est neutre en carbone ou qu'il est dépourvu de conséquences négatives sur le climat ainsi que le fait d'user de toute autre formulation ayant une finalité et une signification similaires. Il s'agit, comme précédemment, d'interdire les publicités qui vantent la neutralité carbone d'un produit, ce qui n'a pas beaucoup de sens et surtout n'est pas toujours prouvé.

Cet amendement est important, car on ne doit pas influencer le consommateur en minimisant l'impact sur le climat des biens ou services qu'il acquiert.

**Mme Stella Dupont.** Très bien!

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

**Mme Aurore Bergé,** rapporteure. Je suis évidemment très favorable à l'amendement proposé par le président Mignola et les députés du groupe Dem, car lutter plus efficacement

contre le blanchiment écologique, en interdisant les allégations trompeuses de neutralité carbone, qui n'ont souvent aucun fondement scientifique, va dans le bon sens.

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

**Mme Barbara Pompili,** ministre. Avis également très favorable. De plus en plus de publicités vont vouloir se fonder sur ce genre d'allégations car, les gens devenant de plus en plus sensibles à l'enjeu écologique, elles deviennent des arguments de vente. Il faut donc y mettre un coup d'arrêt, la neutralité carbone n'ayant aucun fondement scientifique pour la plupart des produits mis en vente. On ne peut induire en erreur les consommateurs de cette façon-là.

**M. le président.** La parole est à M. Martial Saddier.

**M. Martial Saddier.** À titre personnel, je considère que l'amendement vise tout simplement à interdire la publicité mensongère se référant au climat. Comme plusieurs collègues de mon groupe, je le soutiendrai donc. (Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LaREM.)

**M. le président.** La parole est à M. Antoine Herth.

**M. Antoine Herth.** Si l'amendement me convient à première vue, j'y vois quand même une petite difficulté. J'ai pas mal travaillé ces derniers temps sur la question du stockage de carbone dans le domaine agricole. Or certaines productions, comme les noix ou les noisettes, ont un bilan carbone négatif. En d'autres termes, à la fin de leur cycle de vie, de la croissance de l'arbre à la récolte des fruits, ces produits stockent plus de carbone qu'ils n'en utilisent.

Si on adopte cette disposition, on ne pourra plus dire que ces produits agricoles ont un bilan carbone positif ou neutre. J'invite donc les auteurs de l'amendement à réfléchir à ses conséquences, qui vont peut-être au-delà de ce qu'ils souhaitent réellement.

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

**Mme Barbara Pompili,** ministre. Monsieur le député, je vous invite à lire une note de l'ADEME, l'Agence de la transition écologique, qui est sortie aujourd'hui, et qui spécifie bien que la neutralité carbone peut être envisagée à l'échelle nationale ou internationale mais pas à partir d'un seul produit, précisément pour éviter les erreurs.

Par ailleurs, je rappelle que le fait de vouloir compenser des émissions carbone est une bonne chose, mais que la priorité, c'est de les réduire. Il ne faut pas encourager les entreprises qui produisent des objets ayant demandé énormément d'énergie mais qui se dédouanent en expliquant qu'elles vont compenser ces émissions en fabriquant des puits de carbone. C'est pourquoi il faut voter cet amendement – et je sais que vous allez probablement le faire, monsieur Herth!

**M. le président.** Je mets aux voix l'amendement n° 4981.

(Il est procédé au scrutin.)

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

Nombre de votants .....	79
Nombre de suffrages exprimés .....	77
Majorité absolue .....	39
Pour l'adoption .....	75
contre .....	2

(L'amendement n° 4981 est adopté.)

**M. Bruno Millienne.** Bravo !

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements, n<sup>os</sup> 6238, 7114, 7188, 2121, 5996, 6451, 6635, 4980 et 4443, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n<sup>os</sup> 6238, 7114 et 7188 sont identiques, ainsi que les amendements n<sup>os</sup> 5996, 6451 et 6635.

La parole est à Mme Aurore Bergé, rapporteure, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6238.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le présent amendement, que nous avons déjà évoqué, vise à tirer les conséquences de ce que nous avons adopté à l'article 1<sup>er</sup> et à imposer dans la publicité la mention de l'affichage environnemental, dès lors que celui-ci sera généralisé et rendu obligatoire.

C'est un point sur lequel nous pouvons tous nous accorder. Si nous créons un affichage environnemental, c'est parce que nous estimons que les consommateurs doivent être éclairés dans leurs choix, et cet affichage doit donc figurer dans la publicité. Ce serait un vrai pas en avant en matière de publicité responsable. Je vous invite donc à voter cet amendement.

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 7114 de Mme Florence Provendier est défendu.

La parole est à Mme Camille Galliard-Minier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 7188.

**Mme Camille Galliard-Minier.** L'amendement du groupe LaREM déposé par Éric Alauzet reprend la proposition de la rapporteure. J'ajouterai trois précisions à ce qui vient d'être dit. En premier lieu, la mention de l'affichage dans la publicité ne sera exigée que pour les produits pour lesquels l'affichage serait rendu obligatoire à l'issue de l'expérimentation ; en second lieu, cette obligation ne concernerait pas les publicités destinées à la radio, pour lesquelles l'affichage n'est pas pertinent ; enfin, pour la clarté et la lisibilité de l'information qui sera ainsi donnée aux consommateurs, les autres mentions et messages existant en matière environnementale seraient parallèlement supprimés.

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 2121 de Mme Delphine Batho est défendu.

La parole est à M. Gérard Leseul, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 5996.

**M. Gérard Leseul.** Il vise à compléter les mesures de régulation prévues à l'article 4 pour éviter les publicités exagérées, si je puis dire. Il s'agit de faire figurer obligatoirement dans toute publicité la notation du produit ou du service concerné par une évaluation environnementale obligatoire.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Charles Colas-Roy, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6451.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Il prévoit de faire figurer obligatoirement l'affichage environnemental sur les publicités des produits concernés.

Je profite du fait d'avoir la parole pour saluer le travail de Mme la rapporteure en matière de lutte contre le *greenwashing* et les publicités mensongères : merci pour les avancées qui ont été obtenues, notamment l'ajout de sanctions.

J'en profite également pour poser une question sur l'amendement n<sup>o</sup> 7188 du groupe La République en marche, qui s'apprête à être voté, car il mentionne la suppression de tous

les autres affichages à caractère environnemental. Nous avons inclus, dans la loi d'orientation des mobilités, des messages promouvant les mobilités actives, et je veux m'assurer que ces messages-là ne seront pas supprimés.

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 6635 de M. Dominique Potier est défendu.

La parole est à Mme Marguerite Deprez-Audebert, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 4980.

**Mme Marguerite Deprez-Audebert.** Chaque jour, nous sommes soumis à des dizaines, voire des centaines de messages publicitaires. Afin de donner une information complète et transparente aux consommateurs, et en faire de véritables consommateurs, il convient de profiter de ces messages pour afficher dans toute publicité, de manière claire et lisible, l'évaluation environnementale prévue dans la loi AGECE – loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire – pour tous les produits qui en font l'objet.

**M. le président.** La parole est à Mme Nathalie Sarles, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 4443.

**Mme Nathalie Sarles.** Il me semble qu'il est satisfait par votre amendement, madame la rapporteure. Je vous laisse néanmoins donner votre avis.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Par cohérence, j'émettrai un avis favorable à l'amendement n<sup>o</sup> 6238 et aux amendements identiques n<sup>os</sup> 7114 et n<sup>o</sup> 7188, qui a été présenté par notre collègue Camille Galliard-Minier. Il est important de garantir que l'affichage environnemental que nous avons adopté à l'article 1<sup>er</sup> sera rendu obligatoire et lisible sur la publicité au moment de l'acte d'achat.

En effet, monsieur Colas-Roy, nous avons ajouté une précision. L'idée n'est pas de mettre en concurrence de multiples affichages, mais de proposer enfin un affichage clair et lisible. À partir du moment où l'affichage environnemental sera déployé, l'amendement ouvre donc la possibilité de décider par décret que les autres mentions ou messages existants devront figurer sur un support distinct ; ce n'est pas une obligation, mais la mesure garantirait la lisibilité de l'affichage en évitant de superposer trois, quatre ou cinq mentions sur une même publicité, ce qui n'aiderait pas le consommateur à faire son choix.

Je demande donc aux auteurs des autres amendements de bien vouloir les retirer ; à défaut, avis défavorable.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** C'est un amendement important que vous vous apprêtez à adopter, si vous le souhaitez, car il rendra obligatoire l'affichage environnemental sur les publicités. Je me réjouis de voir que beaucoup d'amendements issus de bancs différents proposent la même idée ; cela prouve que nous avons tous conscience qu'il manque actuellement des informations.

Pour répondre à la question de M. Colas-Roy, cet affichage pourra se substituer à d'autres affichages concurrents qui, s'ils sont aujourd'hui obligatoires, n'apportent pas une information très compréhensible à nos concitoyens. Par exemple, pour les voitures, on affiche les grammes de CO<sub>2</sub> ; or, même pour moi, la différence n'est pas flagrante entre un



véhicule qui émet 91 grammes de CO<sub>2</sub> par kilomètre et un autre qui en émet 123 grammes, alors qu'ils ont trois classes d'écart. Après la mise en place de l'affichage environnemental, celui des émissions de CO<sub>2</sub> ne sera pas forcément nécessaire ; c'est pourquoi l'amendement prévoit la possibilité de ne plus l'afficher, même si l'information resterait disponible par ailleurs. En revanche, il ne sera pas obligatoire d'enlever les messages du type « manger bouger ». Au besoin, nous veillerons, dans le décret, à conserver la complémentarité des affichages.

L'amendement de Mme la rapporteure a la préférence du Gouvernement, avec les amendements n<sup>os</sup> 7114 et 7188. J'émet un avis favorable à ces trois amendements identiques et je demande le retrait des autres à leur profit ; à défaut, avis défavorable.

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

**M. Thibault Bazin.** Je crois, comme vous, qu'il faut combattre la publicité mensongère, et le texte mentionne que l'autorité administrative pourra sanctionner tout manquement. Néanmoins, si l'on prend souvent l'exemple de biens dont la publicité est très médiatisée, l'affichage environnemental mensonger peut aussi se faire sur des publicités locales, à petite échelle, pour des ventes relativement hors contrôle – je pense notamment à la distribution de prospectus. Je me demande donc quels moyens seront consacrés à la lutte contre les publicités mensongères au-delà des publicités très médiatisées.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Charles Colas-Roy.

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Je salue une nouvelle fois les avancées permises par les amendements de Mme la rapporteure et de nos collègues Provendier et Alauzet, avec le groupe La République en marche. Je remercie Mme la ministre et Mme la rapporteure pour leurs explications, et je retire mon amendement.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 6451 est retiré.)*

*(Les amendements identiques n<sup>os</sup> 6238, 7114 et 7188 sont adoptés ; en conséquence, les amendements n<sup>os</sup> 2121, 5996, 6635, 4980 et 4443 tombent.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 564 de M. François-Michel Lambert est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 564, 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<sup>o</sup> 708.

**M. Thibault Bazin.** Jean-Marie Sermier m'a confié la mission de représenter notre collègue Julien Dive qui évoque, dans cet amendement, la problématique des dosettes de café non biodégradables.

**M. Jean-Marie Sermier.** C'est essentiel.

**M. Thibault Bazin.** Vous savez comme moi, puisque la question a été évoquée lors de la loi AGECE, que les dosettes en matériaux non biodégradables représentent plus de la moitié de la consommation de café à domicile, soit 9 milliards de capsules par an. Or, même si ce n'est pas le cas dans toutes les filières, nous avons la chance d'avoir en France des entreprises qui innovent, et elles ont développé des

capsules végétales biodégradables en douze semaines en compost industriel. C'est donc un amendement d'appel, pour privilégier l'industrie verte.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Votre demande est satisfaite par l'amendement que nous venons d'adopter sur la lutte contre le blanchiment écologique. Les publicités qui émettraient des allégations trompeuses en matière environnementale ne pourront plus exister, car elles seront passibles de sanctions renforcées.

Je me réjouis néanmoins de voir que vous souhaitez aller plus loin en la matière, car vous avez par ailleurs déposé d'autres amendements visant à maintenir la publicité pour les énergies fossiles. Je veux bien lutter contre la publicité pour les capsules de café, mais luttons aussi contre la publicité pour les énergies fossiles, si je puis me permettre !

**Mme Mathilde Panot.** Mais sans rien faire en pratique contre le recours à ces énergies !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Avis défavorable.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Même argument que Mme la rapporteure. De plus, la rédaction de l'amendement n'est pas adéquate car elle permettrait de contourner l'interdiction en collant une étiquette en papier sur la capsule.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 708 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 2137 de Mme Delphine Batho est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 2137, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de trois amendements, n<sup>os</sup> 7058, 6674 et 6464, pouvant être soumis à une discussion commune.

L'amendement n<sup>o</sup> 7058 de Mme Sylvie Bouchet Bellocourt est défendu.

La parole est à Mme Caroline Fiat, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6674.

**Mme Caroline Fiat.** Merci, madame la ministre, d'avoir si bien défendu notre amendement tout à l'heure !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je vous en prie !

**Mme Caroline Fiat.** Plusieurs fois, jusque dans une proposition de loi que vous avez adoptée, nous avons défendu le nutri-score. L'amendement propose un dispositif du même style. En effet, vous proposez d'intégrer un score carbone au projet de loi, mais en le restreignant à certains produits et sans lui donner un caractère obligatoire ni prévoir de sanctions pour les distributeurs qui seraient en faute. Tout cela est bien loin de la demande de la Convention citoyenne pour le climat, que vous édulcorez. L'amendement propose de répondre entièrement à cette demande en instaurant un « mobiscore » obligatoire pour les véhicules. Comme vous l'avez dit tout à l'heure, madame la ministre, nous ne pouvons pas laisser les consommateurs – nos concitoyens – devant des publicités qui ne leur permettent pas de savoir si le produit est bon ou pas, s'il consomme beaucoup ou non, s'il est vert ou pas.

Il a été compliqué de vous faire adopter le nutri-score, que vous avez un peu – et même beaucoup – modifié. Mais maintenant que vous êtes convaincus par le nutri-score, vous ne pouvez qu'adhérer au mobiscore! Notre amendement reprend l'idée de la Convention citoyenne, et je suis sûre que vous allez le voter à l'unanimité. (*Mme Danièle Obono applaudit.*)

**M. le président.** L'amendement n° 6464 de M. Jean-Charles Colas-Roy est défendu.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ils sont satisfaits par l'amendement que nous venons d'adopter. L'idée n'est pas de multiplier les affichages, mais d'avoir un affichage environnemental unique, clair et lisible, qui sera demain obligatoire dans la publicité, puisque vous l'avez voté. Demande de retrait; à défaut, avis défavorable.

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

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

**M. Gérard Leseul.** Déception!

**M. le président.** La parole est à Mme Caroline Fiat.

**Mme Caroline Fiat.** Comme vous l'avez dit, madame la rapporteure, nous avons voté pour les amendements précédents, mais il y a une différence avec celui-ci, car le nutri-score – ce n'est pas à vous que je vais l'apprendre – est un affichage clair : vert, orange, rouge. Il s'agit de faire la même chose avec le mobiscore. Comme le nutri-score, le mobiscore est révolutionnaire. Vous ne pouvez pas voter contre. Si vous êtes convaincus par le nutri-score, vous ne pouvez que l'être par le mobiscore! Si vous voulez un véritable projet de loi pour le climat, je vous invite à voter notre amendement. Sinon, cela voudra dire qu'une fois de plus, comme le dit votre – enfin, notre – président de la République, c'est de la poudre de perlimpinpin. (*Exclamations sur quelques bancs du groupe LaREM.*)

(*Les amendements n° 7058, 6674 et 6464, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.*)

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements identiques, n° 7105 et 7242.

La parole est à Mme Nathalie Sarles, pour soutenir l'amendement n° 7105.

**Mme Nathalie Sarles.** Si vous me le permettez, je crois qu'il propose autre chose que de la poudre de perlimpinpin. (« Ah! » sur les bancs du groupe LaREM.)

Nous avons adopté des dispositions intéressantes, dont l'intégration de l'affichage environnemental dans les publicités. Par cet amendement, je voudrais faire un lien avec les engagements que nous allons demander aux annonceurs à l'article 5, en introduisant l'obligation, pour les annonceurs diffusant de la publicité pour les biens et services soumis à l'affichage environnemental, de réaliser un bilan annuel des investissements publicitaires faisant apparaître la répartition des investissements entre les produits vertueux et les autres, pour les produits soumis à l'affichage environnemental. Autrement dit, l'amendement permettrait de savoir si les annonceurs ont donné la priorité, dans leurs investissements, aux produits plus ou moins polluants.

L'amendement aurait l'avantage d'introduire un critère de transparence supplémentaire. En outre, et ce serait une évolution majeure, il s'appliquerait à l'ensemble des annonceurs et pas seulement à ceux qui ont adopté un code de bonne conduite qui, dans la version actuelle du texte, repose sur un engagement volontaire.

Par ailleurs, l'amendement du Gouvernement n° 7252, portant article additionnel après l'article 5, prévoit une seule obligation pour les annonceurs, celle de se signaler auprès des autorités de régulation de la publicité; la transparence resterait donc assez relative. Le présent amendement permettrait d'aller plus loin.

**M. le président.** L'amendement n° 7242 de M. Alexandre Freschi est défendu.

Quel est l'avis de la commission?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** En effet, il faut renforcer la transparence, ce que nous ferons à l'article 5, qui prévoit qu'un rapport annuel sera remis au Parlement et rendu public, pour que les citoyens, les associations et les ONG – organisations non gouvernementales – puissent s'en saisir et vérifier si les engagements volontaires pris ont été tenus.

Faut-il aller jusqu'à contraindre les entreprises concernées à publier tous leurs investissements publicitaires? Outre que la disposition pose un problème juridique et risque d'être censurée par le Conseil constitutionnel, parce qu'elle contrevient évidemment à la liberté commerciale et au secret des affaires, ce n'est pas notre objectif. Nous voulons réorienter progressivement la publicité et mesurer les engagements volontaires qui seront pris, comme le permettra l'article 5.

Je vous demande donc de retirer vos amendements au profit des avancées que nous défendrons ensemble à l'article 5 et qui permettront d'accroître la transparence des engagements pris par les filières.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Les amendements sont intéressants. Madame Sarles, vous proposez la publication annuelle des montants d'investissement publicitaire par type de produit soumis à l'affichage environnemental. On comprend bien la logique: il s'agit de pouvoir, à la fin de l'année, faire le bilan de l'investissement publicitaire, en montrant quelle part est allouée aux produits présentant l'impact environnemental le plus faible, afin de distinguer les annonceurs qui jouent le jeu de ceux qui ne le jouent pas. J'ai beaucoup de bienveillance pour cet exercice de transparence, parce qu'il faciliterait l'approche *name and shame*, privilégiée à l'article 5, à travers les codes de bonne conduite.

Néanmoins, dans leur rédaction actuelle, les amendements s'appliqueraient à tous les annonceurs soumis à l'affichage environnemental, y compris, par exemple, à des PME qui ne fabriquent qu'un seul type de produit. Pour les rendre acceptables, il faudrait instaurer un seuil de taille d'entreprise; on ne saurait faire peser un tel poids sur toutes les entreprises.

En outre, il faudrait mieux circonscrire le périmètre du bilan annuel et la manière dont il est exprimé, pour ne pas menacer le secret des affaires. En l'état, même si l'idée est intéressante, j'émetts donc un avis défavorable.

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

**M. Erwan Balanant.** Je trouve ces amendements intéressants et je note que Mme la ministre aurait pu les accepter sans ce léger problème de rédaction. Inscrivons-les dans le texte, crantons-les; nous pourrions les retravailler pendant la navette, après le passage au Sénat, en commission, comme nous le faisons souvent. (*M. Dominique Potier applaudit.*) Personnellement – et je sais que je ne suis pas seul –, je les voterai.

**M. François-Michel Lambert.** Très bien !

**M. le président.** La parole est à M. Yannick Kerlogot.

**M. Yannick Kerlogot.** J'ai écouté avec attention la réponse de Mme la ministre, qui demande de retravailler la rédaction des amendements pour mieux circonscrire les annonceurs concernés. De fait, il serait compliqué d'imposer aux petites entreprises la publication d'un bilan annuel de leurs investissements publicitaires.

Monsieur le président, la question est peut-être naïve : serait-il possible de déposer un sous-amendement en séance, qui limiterait une telle obligation aux plus grandes entreprises ? Je pense à celles dont le chiffre d'affaires est supérieur à 100 millions d'euros, qui comptent plus de 500 salariés et sont soumises à une obligation de déclaration de performance extra-financière, la DPÉF.

**M. le président.** Il est évidemment tout à fait possible de déposer un sous-amendement en séance – je le fais d'ailleurs régulièrement. Simple, une idée ne suffit pas, vous devez proposer une rédaction précise, dont je ne dispose pas pour le moment.

**M. Yannick Kerlogot.** Il est donc nécessaire de proposer une version écrite ; on en apprend tous les jours !

**M. le président.** Effectivement. Et nous tolérons les versions sur papier, puisqu'il n'est pas toujours simple d'utiliser l'application Eloi pour les sous-amendements.

**M. Yannick Kerlogot.** En tout cas, je rejoins la proposition du rapporteur Erwan Balanant.

**M. le président.** Si vous comptez rédiger le sous-amendement maintenant, il faut aller vite parce que nous n'allons pas nous éterniser.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Juridiquement, de toute manière, ça ne tient pas !

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier.

**M. Dominique Potier.** Le seuil proposé de 500 salariés, qui vaut déjà pour l'obligation de DPÉF, est juridiquement solide. Une entreprise de 500 salariés, ce n'est pas une TPE ni une PME ; elle a les moyens de s'inscrire dans la dynamique proposée.

Monsieur Kerlogot, votre proposition correspond parfaitement à notre intention. J'allais proposer de rédiger un sous-amendement ensemble, mais cela exige une pause d'une heure et demie à chaque fois. Vous serez plus rapide que nous et nous vous soutiendrons volontiers.

Nous pouvons déposer un sous-amendement maintenant, ou profiter de la navette, comme le propose M. Balanant ; les deux solutions conviennent. Il serait en tout cas dommage de ne pas soutenir le très bel amendement de Mme Sarles.

**Mme Caroline Fiat.** Et le mobiscore ?

**M. le président.** La parole est à Mme Stella Dupont.

**Mme Stella Dupont.** En effet, nous avons besoin de ces amendements. Le présent texte en appelle à la responsabilité des annonceurs, ce qui est une bonne chose, même si, pour ma part, j'aurais préféré des mesures plus contraignantes. Il me semble essentiel de pouvoir évaluer la manière dont les annonceurs jouent le jeu. Votons en faveur de ces amendements, quand bien même le sous-amendement ne serait pas prêt à temps ; nous pourrions toujours compléter le dispositif plus tard.

**M. le président.** La parole est à Mme Nathalie Sarles.

**Mme Nathalie Sarles.** Pour ce qui est de la menace que l'amendement ferait peser sur le secret des affaires, j'indique simplement que, tel qu'il est rédigé, il prévoit déjà qu'un décret préciserait les conditions de publication du bilan.

**M. le président.** La parole est à M. Bruno Millienne.

**M. Bruno Millienne.** L'amendement de notre collègue Nathalie Sarles est intéressant ; malheureusement, sa rédaction n'est pas suffisamment claire et je n'ai aucune idée de l'impact qu'un tel bilan aurait sur les entreprises. Je ne suis pas contre la mesure, mais enfin, vous comptez imposer des contraintes aux entreprises avant même d'avoir adopté l'article 5, qui instaure un code de bonne conduite. Peut-être faudrait-il avoir constaté le non-respect de celui-ci, avant de durcir le dispositif ? Sinon, c'est comme crier avant d'avoir mal !

**M. Erwan Balanant.** Non !

**M. Bruno Millienne.** Monsieur Balanant, la grande force du groupe Mouvement démocrate (MODEM) et démocrates apparentés, c'est...

**M. le président.** Sa diversité, visiblement !

**M. Bruno Millienne.** ... que ses membres ont des avis différents. (*M. Raphaël Schellenberger applaudit.*)

**M. Dominique Potier.** Vive la biodiversité !

**M. le président.** La parole est à M. Hubert Wulfranc – qui ne rencontre pas ce problème, étant le seul membre présent de son groupe. (*Sourires.*)

**M. Hubert Wulfranc.** M. Millienne en sera d'accord : nous attendons l'avis de Mme la rapporteure. C'est une question majeure : madame Bergé, les amendements ne seraient-ils pas attentatoires au droit des affaires ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Tout à fait !

**M. Hubert Wulfranc.** Ne sont-ils pas attentatoires à la liberté d'entreprendre ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Merci de reprendre mon argumentaire !

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Quoiqu'avec ironie, je crains.

**M. Hubert Wulfranc.** Madame la rapporteure, nous aimerions votre avis autorisé ; je ne conçois pas que vous ne nous en ayez pas fait part, à ce stade de la discussion.

**M. le président.** La parole est à Mme Marie Lebec.



**Mme Marie Lebec.** Je rejoins la position de M. Millienne. Ces amendements, s'ils sont intéressants, arrivent un peu tôt. Au début de la discussion sur l'article 4, nous avons indiqué que celui-ci devait être lu au prisme des articles 1<sup>er</sup> et 5, or là, vous souhaitez adopter cette disposition sans même avoir examiné l'article 5, qui concerne les engagements volontaires de la filière en matière de publicité ! Laissons-nous le temps, ce sera plus cohérent, d'autant que les amendements en discussion nécessitent quelques améliorations.

**M. Hubert Wulfranc.** Et puis c'est attentatoire au secret des affaires, nom de dieu ! (*Sourires sur divers bancs.*)

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Merci, monsieur le député !

**M. le président.** Je sens un peu d'ironie dans le propos.

La parole est à M. Jean-Marie Sermier.

**M. Jean-Marie Sermier.** Notre collègue Wulfranc a-t-il terminé ?

Nous nous inscrivons dans la logique de notre collègue Millienne : une étude d'impact est nécessaire pour connaître le coût de la mesure pour les entreprises et savoir quelle organisation elle leur demandera.

L'amendement vise à distinguer les annonceurs qui promeuvent les produits les plus vertueux et les autres, mais il reste à savoir si cela servira à quelque chose. Une deuxième étude d'impact est donc nécessaire, pour savoir combien de CO<sub>2</sub> cette mesure permettra d'économiser. Si elle contraignait les entreprises sans pour autant en réduire d'un gramme les émissions, elle serait particulièrement néfaste pour les entreprises comme pour la planète !

**M. le président.** La parole est à Mme Aurore Bergé, rapporteure.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Monsieur Wulfranc, je veux souligner la pertinence de votre argument sur le secret des affaires. Vous avez raison et je suis ravie que les députés communistes défendent la liberté d'entreprendre et la garantie du secret des affaires. Merci de ramener du bon sens dans cet hémicycle !

**M. Hubert Wulfranc.** C'était une simple remarque !

**M. Jean-Charles Colas-Roy.** Ironie contre ironie !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Plus sérieusement, je comprends l'objectif de l'amendement. Comme l'indiquait Stella Dupont, il faut garantir la lisibilité des engagements qui seront pris, la faculté de les mesurer et de les contrôler. C'est ce que nous ferons à l'article 5, grâce à de nouveaux outils de transparence, de mesure et de contrôle annuel. C'est nécessaire : à partir du moment où des engagements volontaires sont pris, nous devons en garantir l'effectivité.

En revanche, demander aux entreprises – quelle que soit leur taille d'ailleurs – de communiquer leurs investissements publicitaires, outre que cela nous expose à un risque assez évident de censure par le Conseil constitutionnel, parce que cela revient à nier la liberté des entreprises d'investir où elles le souhaitent dans le cadre légal, c'est vraiment aller trop loin !

Ce qu'il faut, c'est garantir que les engagements volontaires des filières sont tenus. Leur demander de révéler le comment, le pourquoi et ainsi de suite, en revanche, ce n'est pas le bon

objectif. Renforçons les outils de mesure et de contrôle, ensemble, à l'article 5. Allons plus loin et faisons-le clairement, mais, comme le dit très bien notre collègue Wulfranc, n'attentions pas à la liberté d'entreprendre et au secret des affaires.

**M. Erwan Balanant.** La transparence, ce n'est pas le droit des affaires !

**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.** Pour ma part, je ne trouve pas les amendements intéressants ; je les trouve déplacés.

**M. Jean-Marie Sermier.** Au moins, il y en a un qui n'est pas faux-cul !

**Mme Danièle Obono.** N'attentions surtout pas au secret des affaires !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Nous avons créé un score environnemental à l'article 1<sup>er</sup>. Notre objectif est d'en généraliser, autant que possible, l'affichage, afin que le plus grand nombre possible de nos concitoyens soient informés de l'impact environnemental des produits. Or par ces amendements, vous demandez que pratiquement toutes les entreprises, quels que soient les secteurs, communiquent leurs dépenses !

**Mme Danièle Obono.** Oui !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Pourquoi ne pas leur demander de communiquer leurs investissements commerciaux,...

**M. Hubert Wulfranc.** Et de les annoncer aux ouvriers !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** ...ou leurs dépenses en recherche et développement pour chaque produit, tant que nous y sommes ? C'est marcher sur la tête !

Nous demandons déjà beaucoup aux entreprises, dans ce projet de loi ; il ne faut pas en rajouter. (*Brouhaha.*)

**M. Hubert Wulfranc.** On frise le soviétisme ! (*Sourires.*)

**M. le président.** M. Wulfranc est en forme, ce soir !

(*Les amendements identiques n<sup>os</sup> 7105 et 7242 ne sont pas adoptés.*)

**M. Erwan Balanant.** Tout ça pour ça !

**M. le président.** La parole est à Mme Béatrice Piron, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2470.

**Mme Béatrice Piron.** Je le retire car il est satisfait par un amendement adopté précédemment.

(*L'amendement n<sup>o</sup> 2470 est retiré.*)

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 3567 de Mme Cathy Racon-Bouzon est défendu.

(*L'amendement n<sup>o</sup> 3567, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.*)

**Article 4 bis**

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements identiques, n<sup>os</sup> 2839 et 3182, portant suppression de l'article.

L'amendement n<sup>o</sup> 2839 de Mme Anne-Laure Blin est défendu.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 3182.

**M. Thibault Bazin.** Le président Le Fur est, comme toujours, cohérent : il avait proposé de supprimer l'article 4 ; il propose ici, en toute logique, de supprimer l'article 4 bis.

*(Les amendements identiques n<sup>os</sup> 2839 et 3182, repoussés par la commission et le Gouvernement, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 2460 et 2461 de Mme Aurora Bergé, rapporteure, sont rédactionnels.

*(Les amendements n<sup>os</sup> 2460 et 2461, acceptés par le Gouvernement, successivement mis aux voix, sont adoptés.)*

*(L'article 4 bis, amendé, est adopté.)*

**Article 5**

**M. le président.** Je suis saisi de huit amendements identiques, n<sup>os</sup> 52, 2481, 2541, 2841, 4131, 5089, 6642 et 6678 tendant à la suppression de l'article.

Les amendements n<sup>os</sup> 52 de Mme Delphine Batho et 2481 de M. Marc Le Fur sont défendus.

La parole est à M. Thibault Bazin, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2541.

**M. Thibault Bazin.** Madame la présidente de la commission, nous venons de recevoir un appel au bon sens de la part du rapporteur général...

**Mme Laurence Maillart-Méhaignerie,** présidente de la commission spéciale. Absolument !

**M. Thibault Bazin.** ...et le même esprit m'anime. Beaucoup de députés veulent supprimer l'article 5 pour des raisons très diverses. Il faut donc l'examiner de très près.

L'article prévoit la signature d'un engagement volontaire qualifiant une trajectoire donnée d'affectation sur deux ou trois ans des budgets de publicité, ce qui paraît difficile à mettre en œuvre.

Du point de vue pratique, il n'est pas possible de rassembler l'ensemble des constructeurs automobiles sur une seule et même trajectoire compte tenu de la diversité de leur plan produit et de leur mix de vente. En outre, le contrôle du respect de la trajectoire paraît difficile à assurer et l'obligation de déployer un énième dispositif de rapport d'activité administratif est lourde – le rapporteur général sera sensible à cet argument.

Du point de vue méthodologique, la publicité est un moyen de garantir la tenue des trajectoires de mix de vente et de niveau d'émissions de CO<sub>2</sub> signées dans le cadre européen ou national. Il est donc contre-productif et intrusif de la part des autorités d'intervenir sur le bon usage de ce moyen, par ailleurs déjà particulièrement encadré.

Du point de vue du principe, enfin, des engagements forts et contraignants ont été signés à l'échelle européenne et nationale, par exemple avec le comité stratégique de la filière automobile ; ils prévoient des objectifs négociés et donnent de la visibilité pluriannuelle et de la stabilité.

Il est donc inopportun de fixer des objectifs supplémentaires non négociés et sans visibilité.

**M. le président.** Les amendements n<sup>os</sup> 2841 de Mme Anne-Laure Blin, 4131 de M. Philippe Benassaya et 5089 de M. André Chassaigne sont défendus.

La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6642.

**M. Dominique Potier.** Cet article fait partie de ceux qui décrédibilisent le projet de loi car l'autorégulation de la publicité est une fiction totale.

Sous la dernière législature, Guillaume Garot et moi avons défendu sans succès – et nous continuons de le faire – des mesures contre la mauvaise nourriture pour les enfants. Nos amendements sur le sujet ont été déclarés irrecevables.

L'obésité et le diabète de type 2 explosent, les premières victimes étant les enfants des milieux les plus défavorisés. Les dépenses de publicité pour cette nourriture trop grasse, trop sucrée et trop salée représentent 200 fois le montant de l'effort consenti pour diffuser des messages sur la nourriture saine et l'alimentation équilibrée. Un rapport de 1 à 200 ! Les rapports de l'ARCEP – Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse – pointent quelques progrès, mais la réalité est l'explosion des maladies chroniques, que rapportent l'Organisation mondiale de la santé – OMS – et le ministère des solidarités et de la santé. La distorsion de moyens entre la publicité pour la nourriture trop grasse et celle pour une alimentation saine est insupportable.

L'autorégulation est donc une fiction, d'où la nécessité d'installer une autorité de régulation de la publicité. C'est une question de santé publique et de santé de la planète. Nous ne serons pas complices de cet article que nous condamnons fermement.

**M. le président.** La parole est à Mme Mathilde Panot, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 6678.

**Mme Mathilde Panot.** Dans l'article 4, vous avez interdit la publicité pour les énergies fossiles, c'est-à-dire une publicité qui n'existe quasiment pas, et refusé de vous attaquer à celle pour les produits polluants, mais avec l'article 5, vous faites trembler les lobbys de la publicité. On leur demande, s'ils le veulent bien, de s'engager sur un code de bonne conduite. C'est inadmissible d'agir ainsi ! Vous gesticulez pour dire que vous faites quelque chose. Le fait est pourtant connu : les engagements volontaires et l'autorégulation des publicitaires n'ont jamais fonctionné ! *(Mme Caroline Fiat applaudit.)*

M. Potier parlait à l'instant de la malbouffe chez les enfants : une étude de l'UFC-Que choisir de septembre 2020 montrait l'incapacité des dispositions réglementaires et volontaires actuelles à protéger les enfants des dérives du marketing alimentaire, à tel point que 88 % des spots publicitaires pour les enfants sur la nourriture vantent des aliments dont le nutri-score est D ou E, soit les plus mauvais. On sait que votre dispositif sera un échec patent, mais vous voulez inscrire quelque chose dans la loi pour faire semblant d'agir.

La publicité, vous le savez très bien, madame la ministre, est un levier essentiel pour maintenir la société de consommation et du « tout jetable ». Elle entre dans l'imaginaire des gens et constitue un enjeu extrêmement important pour la bifurcation écologique et solidaire : faire semblant de s'y attaquer et ne rien faire, comme pour les produits polluants, n'est qu'une gesticulation.

Enfin, cet article illustre la différence entre notre écologie et la vôtre : vous défendez une écologie du choix individuel – vous n'avez cessé de répéter l'expression « choix libre et éclairé » cet après-midi –, vous culpabilisez les citoyens au lieu de prendre vos responsabilités politiques. On se demande quelle est la fonction du législateur si celui-ci refuse de légiférer. Nous avons besoin de dispositions législatives qui posent certaines interdictions et non de faire semblant d'agir en laissant les lobbys publicitaires et les publicitaires prendre des engagements volontaires. (*Applaudissements sur les bancs du groupe FI.*)

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je serai évidemment défavorable à tout amendement visant à supprimer un article du projet de loi parce que, nous ne le répéterons jamais assez, toute suppression d'article reviendrait à rogner sur les ambitions du texte.

Les motifs de ces amendements de suppression sont divers. L'article 5 renforce les outils de mesure et de contrôle. À moins de considérer que le Parlement n'a pas à jouer son rôle de contrôle – les parlementaires sont des législateurs, mais ils contrôlent également l'action du Gouvernement –, l'article 5 a du sens car il insiste sur cette mission, effectuée en l'occurrence avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel, le CSA, et demain avec l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, l'ARCOM.

Vous dites que l'autorégulation ne fonctionne pas : c'est dommage parce qu'elle a fait ses preuves (*Protestations sur les bancs du groupe FI*), notamment en matière alimentaire. L'Association nationale des industries agroalimentaires – ANIA –, qui représente plusieurs groupes agroalimentaires, a pris l'engagement clair d'arrêter toute publicité dans les programmes destinés aux enfants de moins de 12 ans : elle l'a fait sans loi ni règlement, ce qui montre que l'autorégulation a fait ses preuves.

**Mme Danièle Obono.** Ça ne veut pas dire que ça marche !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je suis désolée, mais je n'entends pas quand vous criez.

**Mme Danièle Obono.** Ça ne veut pas dire que ça marche !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ce n'est pas parce que vous criez que votre argument est plus recevable.

**Mme Danièle Obono.** Mais enfin, vous dites que vous n'entendez pas, donc je le dis plus fort !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je reste persuadée que l'autorégulation a du sens. Notre objectif commun est de faire en sorte que les annonceurs s'engagent à promouvoir une publicité plus durable et plus responsable, qui délaisse les produits polluants. Nous faisons confiance aux filières : celles-ci s'engagent déjà en la matière, à l'instar de la filière agroalimentaire qui n'est pourtant même pas concernée par le champ du projet de loi.

L'autorégulation fonctionne. Nous devons aller plus loin sur la transparence, les outils de contrôle et les instruments de mesure : nous le ferons en adoptant l'article 5.

L'avis est donc défavorable sur ces amendements de suppression.

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** C'est très clair !

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Ces amendements visent à supprimer l'article 5, qui consacre le principe de corégulation et renvoie à des engagements volontaires qui seront contrôlés par le CSA. Ce choix avait été conditionné au caractère ambitieux des engagements qui seraient pris, notamment dans le cadre de la mission confiée à Arnaud Leroy et Agathe Bousquet. Lors d'un point d'étape organisé la semaine dernière, nous avons constaté que des filières structurantes pour le secteur de la publicité avaient d'ores et déjà formalisé des premiers engagements prometteurs.

À titre d'exemple, la filière automobile française, représentée par la PFA – plateforme automobile –, s'est engagée à augmenter ses investissements dans la promotion des véhicules électriques, hybrides rechargeables et hybrides jusqu'à 50 % de ses investissements publicitaires en 2021, 60 % en 2022 et 70 % en 2023, sachant que ces véhicules représentent aujourd'hui 10 % de ses ventes.

Mme la rapporteure a évoqué la filière agroalimentaire, représentée par l'ANIA, qui s'est engagée à retirer toutes ses publicités des programmes pour enfants, sur tous les supports.

La filière de l'affichage extérieur, représentée par l'UPE – union de la publicité extérieure –, s'est engagée à fortement réduire les émissions de CO<sub>2</sub> liées à ses activités pour atteindre la neutralité carbone en 2050, avec des réductions de 20 % en 2025 et de 48 % en 2030 par rapport à 2019.

S'agissant des médias, la filière audiovisuelle, représentée par TF1, s'est notamment engagée à réduire la place des produits à forte empreinte carbone offerts dans les jeux télévisés. Les médias audiovisuels se sont également engagés à ce que leurs régies favorisent les campagnes institutionnelles sensibilisant nos concitoyens aux enjeux de la transition écologique. Ils ont enfin promis de développer la production écoresponsable de leurs fictions.

La filière de la presse magazine, représentée par le syndicat des éditeurs de la presse magazine – SEPM –, s'est notamment engagée à élaborer et à mettre à la disposition des éditeurs des outils de calcul de l'impact carbone.

Ces premiers résultats démontrent que la méthode de corégulation retenue par le Gouvernement est bonne. Pour autant, nous attendons que d'autres acteurs s'engagent, d'où la nécessité de prolonger la mission confiée à Arnaud Leroy et à Agathe Bousquet. Tout le secteur de la publicité doit s'engager !

J'émet un avis défavorable sur les amendements de suppression de l'article.

**M. le président.** La parole est à Mme Caroline Fiat.



**Mme Caroline Fiat.** Mme Agnès Buzyn, ex-ministre de la santé, s'était engagée en mars 2018, dans cet hémicycle, à présenter et à faire adopter un projet de loi sur l'autonomie et le grand âge. Vous le voyez, les engagements ne sont parfois suivis d'aucun acte.

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

**Mme Mathilde Panot.** Madame la rapporteure, madame la ministre, vos réponses ne sont pas sérieuses. Vous vous gargarisez de grands engagements qui auraient été pris alors que nous avons des preuves montrant que les engagements volontaires n'ont jamais débouché sur quoi que ce soit.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Ce n'est pas vrai !

**Mme Mathilde Panot.** Quel serait le problème d'inscrire dans la loi des dispositions décidées démocratiquement ? Les Français et les Françaises sont agressés par 15 000 marques toute la journée. Il ne serait pas difficile de montrer le soutien populaire à l'arrêt de certaines publicités, notamment celles promouvant la malbouffe auprès des enfants. L'OMS a épinglé la France sur cette question en 2018 et la Cour des comptes, qui jusqu'à preuve du contraire n'est pas une officine insoumise, a affirmé qu'une régulation était nécessaire.

Il faut élaborer des lois et arrêter de compter sur la bonne volonté et sur l'écologie de la caresse envers les lobbys. Vous n'aimiez pas quand je pointais, au début de l'examen du texte, votre déférence envers les lobbys, mais cet article montre que si en France on ne souffre plus du climatocépticisme, on souffre en revanche de votre climatocynisme. *(Applaudissements sur les bancs du groupe FI.)*

**M. le président.** La parole est à M. Hubert Wulfranc.

**M. Hubert Wulfranc.** Vous venez d'évoquer les engagements de la filière automobile française. Au-delà de la promotion de ses produits, le groupe Renault s'engage-t-il à rapatrier la production des Clio, aujourd'hui délocalisée à 100 % ? Les organisations syndicales demandent un ajustement des productions à l'échelle de l'Europe, afin de restaurer les conditions d'emploi, notamment dans notre pays, et d'éviter que les travailleurs des pays étrangers soient exploités dans des conditions qui frolent l'indécence.

Mon intervention est cohérente avec l'objet de l'article, qui est la publicité. Celle-ci sera complétée par l'affichage de l'éco-score ; mais dites-moi si la filière automobile est allée jusqu'à s'engager à rapatrier la fabrication de certains produits et à renforcer la production sur le sol national !

*(Les amendements identiques n° 52, 2481, 2541, 2841, 4131, 5089, 6642 et 6678 ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** L'amendement n° 500 de Mme Élisabeth Toutut-Picard est défendu.

*(L'amendement n° 500, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Aurore Bergé, rapporteure, pour soutenir l'amendement n° 7120 rectifié, faisant l'objet d'un sous-amendement n° 7292 du Gouvernement.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il vise à préciser que les codes de bonne conduite comportent des objectifs et des indicateurs propres à assurer la transparence des mesures et des contrôles, grâce à un rapport que le CSA rendrait public chaque année. Cela permettra de mesurer l'effectivité et les

effets des engagements volontaires. Les parlementaires pourraient se saisir de ce rapport – ce qu'une loi fait, une autre peut le défaire, et j'imagine que certains auraient d'autres textes à proposer –, comme les citoyens, les associations, les ONG et les filières économiques.

**M. le président.** La parole est à Mme la ministre, pour soutenir le sous-amendement n° 7292.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Il vise à apporter une clarification et à assurer l'application du dispositif visé par l'amendement de la rapporteure. Les codes de bonne conduite concerneront « au moins les secteurs d'activité concernés par les biens et services faisant l'objet d'un affichage environnemental obligatoire au titre de l'article 15 de la loi [AGEC], les produits concernés par une étiquette énergie obligatoire au titre de l'article 15 de la directive 2009/125/CE et les véhicules concernés par une étiquette obligatoire au titre de l'article 3 de la directive 1999/94/CE. » Mais – j'insiste sur ce point – l'amendement prévoit bien que les codes de bonne conduite pourraient s'appliquer à d'autres secteurs.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Favorable.

**M. le président.** La parole est à M. Martial Saddier.

**M. Martial Saddier.** Ma question n'est pas un piège, mais votre sous-amendement, madame la ministre, arrive pendant la séance : pouvez-vous nous rappeler les grandes lignes des produits concernés ? Les parlementaires que nous sommes ne connaissons pas par cœur les trois directives que vous citez.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Vous avez voté le même dispositif pour l'étiquette environnementale, qui concerne les mêmes secteurs. On parle des étiquettes qui existent déjà, pour les véhicules et les machines à laver, par exemple.

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

**Mme Mathilde Panot.** Madame la ministre, vous rendez-vous compte que faire le choix des engagements volontaires revient à dire aux grandes entreprises que la bifurcation écologique ou solidaire – quel que soit le nom qu'on lui donne – est facultative ? Autrement dit : si vous le voulez bien, vous pouvez avancer dans le domaine de la publicité. Voilà ce que vous êtes en train d'inscrire dans la loi !

**M. Dominique Potier.** C'est vrai !

*(Le sous-amendement n° 7292 est adopté.)*

*(L'amendement n° 7120 rectifié, sous-amendé, est adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Valérie Beauvais, pour soutenir l'amendement n° 377.

**Mme Valérie Beauvais.** Il vise à supprimer les mots « de manière significative » de l'alinéa 4. La formulation n'est pas suffisamment précise, et l'article 5 ne détaille pas les critères en vertu desquels les membres du CSA procéderont à l'évaluation.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Avis défavorable.



Je crois important de conserver l'expression « de manière significative ». L'objectif est d'affirmer notre ambition et de réduire progressivement la part de la publicité consacrée aux produits les plus polluants. On organisera donc des évaluations, auxquelles concourra notamment l'ADEME.

*(L'amendement n° 377, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Meyer, pour soutenir l'amendement n° 73.

**M. Philippe Meyer.** Déposé par Julien Dive, il vise à préciser, à l'alinéa 4, que l'intervention du CSA en faveur d'une réduction de la communication commerciale relative à des biens et des services ayant sur l'environnement un impact négatif, lequel reste bien sûr à évaluer, concernera l'audiovisuel public. En effet, les chaînes privées ne bénéficient pas des produits de la redevance et vivent surtout de cette communication commerciale. Pour préserver la nécessaire diversité de l'audiovisuel, on ne peut pas toujours les entraver. L'amendement cherche donc à préciser que le CSA promeut uniquement ce code de bonne conduite au sein du service public.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** L'audiovisuel public peut aller plus loin, parce qu'il perçoit en effet les recettes issues de la redevance. Radio France en particulier, moins dépendante de la publicité que la télévision, s'est engagée à faire mieux dans le domaine de la publicité vertueuse en matière environnementale. Néanmoins, il faut que cette mesure concerne tout le secteur.

Avis défavorable.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Quelle bonne idée que de restreindre au maximum le champ des codes de bonne conduite ! On pourrait même envisager que les chaînes du service public télévisuel ne diffusent plus de publicités le soir, pour être bien certain que cette mesure n'ait aucun effet.

Avis défavorable.

*(L'amendement n° 73 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Christine Hennion, pour soutenir l'amendement n° 1865.

**Mme Christine Hennion.** La Convention citoyenne pour le climat a mis en avant le pouvoir de la publicité sur les comportements. Celle-ci possède un vrai pouvoir d'information et un fort pouvoir de transformation, qu'il faut utiliser à bon escient. Cependant, les canaux et les moyens auxquels les communicants ont recours ont beaucoup évolué ces dernières années. Les GAFAM – Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft – sont désormais les premiers bénéficiaires de la croissance des budgets de communication. En outre, de nouveaux acteurs apparaissent, comme les influenceurs. Ceux-ci se mettent en scène pour promouvoir des produits achetés à bas coût en Asie et les revendre en Europe à un prix bien supérieur – c'est le « *dropshipping* », qui provoque un accroissement des transports. En outre, ces messages s'adressent aux plus jeunes, poussés à surconsommer.

Ces pratiques adoptent de multiples formes. Le présent amendement vise à les inclure dans la charte des filières professionnelles, ainsi qu'à donner au CSA le moyen de les contrôler.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Madame Hennion, je connais votre engagement dans le domaine du numérique. Nous considérons que votre amendement est satisfait : lorsque l'article 5 entrera en vigueur, il s'appliquera quels que soient les supports.

Vous évoquez les influenceurs, nous y reviendrons. En effet, nous souhaitons pousser davantage les engagements en la matière ; il s'agit de mieux contrôler et réguler le parrainage de certains produits.

Je vous propose de retirer votre amendement, sinon l'avis sera défavorable.

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

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

*(L'amendement n° 1865 est retiré.)*

**M. le président.** La parole est à M. Guy Bricout, pour soutenir l'amendement n° 3833.

**M. Guy Bricout.** Philippe Dunoyer, député de Nouvelle-Calédonie, propose d'insérer les mots « de dégradation des écosystèmes marins » à la première phrase de l'alinéa 4, après le mot « biodiversité ».

Grâce à ses territoires ultramarins, la France est présente dans quatre des cinq océans de la planète, et possède le deuxième domaine maritime mondial. Avec ses 28 000 kilomètres carrés de récifs coralliens, 310 espèces de coraux et 2 000 espèces de poissons, la Nouvelle-Calédonie abrite à elle seule un écosystème exceptionnel. Cette biodiversité confère à la France une responsabilité particulière dans la lutte contre la dégradation des écosystèmes marins, l'un des premiers effets du réchauffement climatique.

L'objectif de l'amendement est d'intégrer la dégradation des écosystèmes marins à la liste des effets sur l'environnement auxquels le CSA accorde une attention particulière, dans le cadre de la promotion des codes de bonne conduite.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous avons déjà modifié le champ de l'article 5 en commission spéciale, afin de le rendre cohérent avec l'article 1<sup>er</sup> tel que nous l'avons adopté. Nous avons ajouté : « en particulier en termes d'émissions de gaz à effet de serre, d'atteintes à la biodiversité et de consommation des ressources naturelles ». La biodiversité est donc explicitement mentionnée.

Votre amendement est satisfait, je vous demande donc de le retirer. Sinon, l'avis sera défavorable.

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

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

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

**M. Guy Bricout.** Il s'agissait d'ajouter « de dégradation des écosystèmes marins ». Je ne pense pas que cette précision figure dans le texte.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** C'est de la biodiversité aussi !

*(L'amendement n° 3833 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 2462 de Mme Aurore Bergé, rapporteure, est rédactionnel.

*(L'amendement n° 2462, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Chantal Jourdan, pour soutenir l'amendement n° 4250.

**Mme Chantal Jourdan.** Il vise à s'assurer que le CSA promeut la réduction de l'impact environnemental du numérique. L'explosion de la consommation de vidéos et la multiplication des périphériques numériques sont les principaux facteurs de l'empreinte carbone de ce secteur. Dans un communiqué commun avec d'autres autorités administratives indépendantes, publié en mai 2020 et intitulé « Accord de Paris et urgence climatique : enjeux de régulation », le CSA a affirmé sa volonté d'accompagner les transformations rendues nécessaires par la lutte contre le réchauffement climatique. L'amendement précise que dans les codes de bonne conduite qu'il promeut, le CSA s'intéresse à la sobriété numérique.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** L'ARCEP est plus compétente pour juger les effets du numérique dans le secteur des télécommunications. À l'initiative de notre collègue Béatrice Piron, nous avons adopté en commission spéciale le nouvel article 5 *bis*, selon lequel l'ARCEP, en lien avec le CSA, devra établir un rapport annuel sur la sobriété numérique. Votre amendement est donc en partie satisfait. De plus, nous irons plus loin avec certains amendements qui concerneront le numérique et son incidence, lors de l'examen de ce nouvel article.

Je vous propose donc de retirer cet amendement, sinon l'avis sera défavorable.

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

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

*(L'amendement n° 4250 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n° 7072.

**M. Jean-Marie Sermier.** Il s'agit d'un amendement de notre collègue Boucher Bellecourt, qui propose que le CSA puisse s'appuyer sur l'ensemble des territoires français dans leur diversité, notamment sur les territoires ultramarins. Ainsi, en appréciant l'intérêt de telle ou telle publicité, il lui faudra par exemple tenir compte du fait que les produits provenant des territoires ultramarins nécessitent de recourir au transport par avion. Or une telle différenciation n'est pas possible dans la rédaction actuelle.

Puisque j'ai la parole, j'ajoute que si nous avons déposé des amendements de suppression de l'article 5, c'était pour éviter d'alourdir le travail des entreprises et de leur imposer une nouvelle complexité administrative. Vous avez, dans votre réponse, illustré le nouveau rôle du CSA en prenant l'exemple de TF1 qui s'engage à offrir, dans les jeux, des cadeaux à moindre consommation de CO<sub>2</sub>, ce qui signifie, concrètement, que la chaîne de télévision offrira des vélos

plutôt que des aspirateurs, ou des voitures électriques plutôt que des voitures conventionnelles à moteur thermique. Nous ne sommes vraiment pas à la hauteur ! Notre objectif est-il seulement d'embêter les entreprises, en les obligeant à produire des rapports – vous venez d'évoquer la nécessité d'établir un rapport annuel ? Car il ne s'agit plus d'économiser des tonnes de CO<sub>2</sub>, mais des pouièmes, qui n'ont finalement que peu d'intérêt au regard de la complexité de ce texte, qui sert uniquement d'affichage environnemental au Gouvernement.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Concernant l'amendement n° 7072, les dispositifs de corégulation répondent aux particularités des territoires et permettent davantage de finesse dans l'application, en particulier pour les collectivités territoriales d'outre-mer.

Vous avez ensuite fait référence à un seul engagement, sans évoquer tous les autres que la ministre a listés, qui concernent non seulement la filière de la communication, mais aussi la filière automobile et celle de l'affichage extérieur. J'ai du mal à vous comprendre : d'un côté, vous refusez l'article 5, mais de l'autre, vous considérez qu'il ne va pas assez loin ! Vous avez aussi refusé d'interdire la publicité pour la commercialisation et la promotion des énergies fossiles.

Nous avons fait un choix clair : interdire lorsque cela est pertinent, et sinon, installer des dispositifs d'autorégulation et de corégulation, auxquels vous aviez semblé souscrire. Il faut faire confiance aux filières et aux engagements concrets qu'elles ont pris, dont l'article 5, que vous vouliez supprimer, permettra de prendre la mesure.

Avis défavorable.

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

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

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier.

**M. Dominique Potier.** La régulation que vous proposez est une fiction : nous ne disposons pas du rapport d'étape, nous devons nous en remettre à ce que vous nous en dites, nous délibérons dans le vide et nous savons qu'il n'y aura pas matière à sanctionner. C'est stupéfiant. Ce ne serait pas la première fois, durant l'examen de ce texte, que des rapports sortiraient la veille du débat, mais cette fois, le rapport sortira carrément après que nous aurons délibéré ! Comment pourrions-nous faire confiance à une promesse pareille ?

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

**M. Jean-Marie Sermier.** Nous souhaitons très clairement supprimer l'article 5, car il alourdit les contraintes administratives des entreprises. De plus, le CSA se verra attribuer une mission supplémentaire, ce qui nécessitera davantage de personnel. Un certain nombre de rapports devront être établis, contribuant à complexifier encore le système français.

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

**M. Jean-Marie Sermier.** Mais puisque vous avez souhaité maintenir l'article 5, contre notre avis, et puisque vous êtes majoritaires, nous travaillerons à l'améliorer, notamment en demandant d'associer les collectivités au processus. Il existe en effet une différence notable entre les collectivités de l'hexagone et les collectivités ultramarines, qui doivent être prises

en compte. Nous sommes donc parfaitement cohérents. Mais si vous nous confiez le rôle de la majorité, nous allons bien sûr supprimer cet article!

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Cela ne dépend pas de nous, cela dépend des Français!

**M. le président.** La parole est à M. Hubert Wulfranc.

**M. Hubert Wulfranc.** Reconnaissez, monsieur Sermier, que la réponse de Mme la rapporteure devrait convenir au groupe Les Républicains!

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** La voix de la sagesse!

**M. Hubert Wulfranc.** Mme la rapporteure avait cru comprendre que vous étiez favorables à l'autorégulation, elle a défendu à plusieurs reprises la liberté d'entreprendre... Mais de quoi vous plaignez-vous, monsieur Sermier, au nom de votre groupe?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Je ne saurais mieux dire!

**M. Hubert Wulfranc.** Je suis désolé d'avoir à prendre à nouveau la parole sur ce point et j'espère ne pas avoir à le refaire!

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

*(L'amendement n° 7072 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Véronique Riotton, pour soutenir l'amendement n° 3418.

**Mme Véronique Riotton.** Il s'articule avec l'amendement n° 3417 portant article additionnel après l'article 5, qui sera discuté ultérieurement. Je l'expliciterai également, puisque je ne m'exprimerai qu'une seule fois sur ce sujet. L'amendement n° 3418 a simplement pour objet de soumettre les codes de bonne conduite au régime juridique des contrats publics d'engagements volontaires, que l'on pourrait créer au sein du code de l'environnement en adoptant l'amendement n° 3417.

Pour les engagements volontaires, l'article 5 fait confiance aux secteurs, dont les leaders pourraient s'engager en faveur de la transition écologique, ce dont nous nous réjouissons. Mais les engagements volontaires seront-ils suffisants pour mobiliser l'ensemble des entreprises? Il est permis d'en douter.

Monsieur Sermier, si nos points de vue convergent souvent sur quelques sujets tels que le développement durable, je ne suis pas d'accord avec l'amendement que vous venez de défendre. Les chartes d'engagements volontaires s'inscrivent dans une démarche globale de lutte contre le changement climatique et permettent aux entreprises de s'engager dans des plans d'action concrets. Par exemple, la filière agroalimentaire, représentée par l'ANIA, s'est engagée à retirer toutes ses publicités des programmes pour les moins de 12 ans; la filière automobile française s'est engagée à investir de façon croissante en faveur de la promotion des véhicules électriques.

Néanmoins, pour que les engagements volontaires soient vraiment suivis d'effets, un encadrement juridique précis est nécessaire. Sans cela, il y aura un problème d'articulation entre les mesures législatives et réglementaires. L'amendement n° 3417 vise ainsi à faire en sorte qu'une personne, *a fortiori* l'État, ne puisse pas qualifier d'engagement volontaire pour l'environnement un simple engagement à respecter le

droit de l'environnement en vigueur. Le Conseil constitutionnel a d'ailleurs récemment plaidé en ce sens, par une décision invalidant les chartes d'engagements en matière de pesticides.

En d'autres termes, l'État ne doit pas signer de chartes qui n'engagent pas et les chartes doivent respecter le droit, notamment le principe de participation. Codes de bonne conduite, chartes, pactes: tous ces contrats publics d'engagements volontaires pour l'environnement, signés par l'État, sont des décisions publiques qui ont une incidence pour l'environnement et qui doivent être prises dans le respect du droit de l'environnement. L'objet de l'amendement n° 3417 consiste donc à définir précisément la notion d'engagement volontaire pour l'environnement; il encadre les principes d'élaboration de ces engagements et précise le régime juridique spécifique pour les engagements volontaires signés par l'État. *(Applaudissements sur quelques bancs du groupe LaREM. – M. Dominique Potier applaudit également.)*

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous avons déjà largement évoqué cette question dans les auditions complémentaires après l'examen du texte en commission spéciale, alors que nous cherchions la meilleure définition possible du blanchiment écologique, sujet sur lequel Mme la ministre a lancé plusieurs missions. J'émetts un avis défavorable aux deux amendements n° 3418 et n° 3417, car il faut renforcer la transparence, la mesure et le contrôle des engagements volontaires, et l'article 5 nous donne les outils pour le faire. Tenter de donner une définition juridique à des engagements volontaires est contradictoire avec le fait même qu'ils soient, précisément, volontaires, car ils sont susceptibles de recouvrir des choses très différentes et d'évoluer dans le temps et en fonction des filières, de même que la manière dont ils pourraient être mesurés, évalués et contrôlés.

Il serait compliqué de prendre des sanctions s'agissant d'engagements volontaires et cela serait source de nombreuses difficultés juridiques. Je comprends votre motivation, mais ce qui compte, c'est de garantir le respect des engagements pris, grâce aux outils de mesure et de contrôle créés et renforcés à l'article 5. Donner une signification juridique aux engagements volontaires serait non seulement risqué mais aussi contradictoire avec ce que nous souhaitons tous, du moins je l'espère: le respect, le contrôle et la mesure des engagements. Telle est la raison pour laquelle il convient de renforcer l'article 5.

Je vous invite à retirer votre amendement n° 3418, sinon j'émetts un avis défavorable, de même que pour l'amendement n° 3417.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Votre amendement propose de soumettre les codes de bonne conduite à un nouveau régime juridique relatif aux contrats publics d'engagements volontaires, que vous proposez d'instituer avec l'amendement n° 3417, sur lequel je répondrai plus précisément lorsqu'il sera examiné.

L'amendement n° 3418 revient à donner aux engagements volontaires une valeur et une portée normatives. Je partage bien sûr avec vous la volonté de renforcer le crédit des engagements volontaires visant la protection de l'environnement, et de garantir que la signature de l'État implique des contreparties de la part des autres signataires; cela fera l'objet d'un amendement portant article additionnel après l'article 5,



dont nous débattons lorsqu'il sera examiné. Je ne veux pas préempter le débat, mais à ce stade, votre amendement fait référence à un régime juridique qui n'existe pas, il n'est donc pas possible de l'adopter.

Je vous invite à le retirer, sinon j'émetts un avis défavorable.

*(L'amendement n° 3418 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Christine Hennion, pour soutenir l'amendement n° 1863.

**Mme Christine Hennion.** Je l'ai dit en défendant l'amendement n° 1865 : la publicité a un fort pouvoir d'information et de transformation, qu'il importe d'utiliser de manière positive. C'est pourquoi, en sus de mesures dissuasives des codes de bonne conduite, il fait sens de mettre en avant toutes les solutions innovantes qui aideront à avoir un impact positif sur l'environnement. C'est ce à quoi tend l'amendement.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Vous souhaitez que les codes de bonne conduite soient renforcés afin qu'en plus de limiter l'impact négatif de certaines publicités, on puisse aller plus loin en matière d'innovation. Sur cet amendement, je m'en remets à la sagesse de l'assemblée.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** L'amendement vise à ajouter au projet de loi que les codes de bonne conduite peuvent valoriser les publicités ayant un impact positif sur l'environnement. Parce qu'ils y auront tout intérêt, il va de soi que les professionnels valoriseront les produits écoresponsables. Je ne sais pas si l'amendement apportera grand-chose au texte, mais je ne m'oppose pas à son adoption.

*(L'amendement n° 1863 est adopté.)*

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

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

*(La séance, suspendue à vingt-deux heures trente, est reprise à vingt-deux heures quarante.)*

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

La parole est à Mme Nathalie Sarles, pour soutenir l'amendement n° 4456, qui fait l'objet d'un sous-amendement n° 7295.

**Mme Nathalie Sarles.** L'article 5 dispose que le Conseil supérieur de l'audiovisuel présente un bilan annuel des codes de bonne conduite en matière environnementale. Je crains que cette information ne soit pas très lisible.

Je propose donc que, lorsqu'on constate un manquement grave – j'insiste sur cette gravité – aux codes de bonne conduite, le CSA adresse des observations publiques aux sociétés concernées. Dès lors que cette mesure ne concernera pas tout le monde, elle sera nécessairement plus efficace.

**M. le président.** La parole est à Mme Camille Galliard-Minier, pour soutenir le sous-amendement n° 7295.

**Mme Camille Galliard-Minier.** L'amendement vise à assurer une diffusion publique aux observations adressées à des sociétés qui ne respecteraient pas leurs engagements. Je

vous propose de donner à cette procédure un caractère contradictoire, en permettant aux sociétés de connaître ces observations avant leur diffusion, ce qui leur permettra d'y répondre.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous poursuivons le même objectif : faire mieux respecter les codes de bonne conduite et les engagements volontaires. Dans cet article, nous renforçons – chacun en conviendra – les outils qui peuvent nous y aider.

Si vous adoptez mon amendement n° 5808, qui sera appelé dans un instant, le président du Conseil supérieur de l'audiovisuel présentera chaque année un rapport en audition publique conjointe devant la commission des affaires culturelles et de l'éducation et celle du développement durable et de l'aménagement du territoire de chaque assemblée parlementaire, ce qui permettra à chacun de prendre la mesure des divers engagements. Dès lors que le rapport sera public, les associations, les ONG et les citoyens pourront se saisir, eux aussi, de ce bilan.

Mais le CSA n'étant pas un gendarme – son rôle est également de faire évoluer le droit souple et de contribuer progressivement au respect des engagements –, il faut lui laisser la latitude de formuler en cours d'année des observations récurrentes. Il est déjà difficile de caractériser juridiquement un manquement à un engagement volontaire.

**Mme Danièle Obono.** Alors à quoi sert-il, cet engagement ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Si, chaque fois que le CSA constate un manquement, il doit formuler publiquement une observation, nous manquerons notre objectif, car le rôle de cette instance est de permettre aux entreprises d'ajuster leur comportement, d'aller dans la bonne direction et de réduire la publicité ayant un impact négatif en matière environnementale.

Sur ce sujet, il faut renforcer les pouvoirs du CSA. Après quoi, nous pourrions tous nous mettre d'accord dans le projet de loi de finances pour reconsidérer son budget, car, comme l'ont fait remarquer les députés LR, plus on lui confie de missions, plus on doit augmenter ses moyens.

En attendant, je vous suggère de retirer l'amendement et le sous-amendement. Ne manquons pas l'objectif que nous visons tous : tenons-nous en à un rapport annualisé, préférable à des sanctions itératives.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Une fois n'est pas coutume, je ne suis pas d'accord avec Mme la rapporteure. Votre amendement vise à permettre au CSA de formuler des observations publiques aux sociétés qui auraient commis un manquement grave au code de conduite qu'elles ont adopté en matière de publicité. La rédaction actuelle de l'article 5 prévoit déjà la réalisation d'un bilan des codes de bonne conduite qui sera rendu public et dans lequel tout manquement grave sera nécessairement identifié.

Je peux illustrer la notion de manquement grave en donnant un exemple. Tout à l'heure, nous avons évoqué les engagements de l'ANIA, qui assure retirer toutes les publicités alimentaires des programmes télévisés pour enfants. Si une publicité était diffusée lors d'un tel programme, cela constituerait un manquement grave caractérisé.



Par ailleurs, je suis favorable à un amendement que Mme la rapporteure proposera tout à l'heure, visant à ce que ce bilan donne lieu à une audition publique au Parlement au cours de laquelle toute question plus précise pourra être posée.

Les observations publiques visées par votre amendement auraient cependant l'avantage d'intervenir rapidement après la constatation du manquement, sans attendre la finalisation du rapport annuel du CSA, selon la logique du *name and shame* que nous avons retenue en matière de responsabilité de l'annonceur.

Toutefois, votre amendement soulève une question juridique : si l'observation s'apparente à une sanction, alors elle doit être entourée de garanties procédurales. Il est en particulier impératif d'indiquer que le manquement grave est établi à l'issue d'une procédure contradictoire. Tel est justement l'objet du sous-amendement de Mme Gaillard-Minier.

Par conséquent, j'émetts un avis favorable sur l'amendement de Mme Sarles sous réserve de l'adoption du sous-amendement n° 7295. (*Applaudissements sur quelques bancs du groupe LaREM.*)

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

**M. Raphaël Schellenberger.** Madame la ministre, quand vous avez commencé votre argumentation, j'avais cru que vous feriez preuve de bon sens sur ce sujet. En réalité, par un amendement qui semble anodin, vous êtes en train de déstructurer complètement notre système juridique. Vous faites du CSA une sorte d'autorité judiciaire à l'américaine, dotée du pouvoir de couvrir de honte des personnes morales qui ne respecteraient pas certains engagements, ce qui n'obéit à aucune logique judiciaire française.

J'ai entendu tous les débats sur le fond ; je m'attache à la forme car cet amendement est particulièrement grave, eu égard à notre tradition juridique et à la construction de notre système judiciaire français. Vous êtes en train de basculer vers un système de *name and shame* : aucun juge n'intervient et le CSA – même s'il n'est pas n'importe qui, il n'est pas pour autant une autorité judiciaire – peut décider de mettre sur la place publique,...

**Mme Cendra Motin.** Exactement !

**M. Raphaël Schellenberger.** ...sans qu'une décision de justice ne soit prise, des faits qu'il considère comme répréhensibles. L'État de droit continental qu'est la France n'en sort pas grandi.

Madame la ministre, vous ne pouvez utiliser l'excuse du sous-amendement,...

**Mme Camille Galliard-Minier.** Ce n'est pas une excuse !

**M. Raphaël Schellenberger.** ...qui prévoit une procédure contradictoire : ce n'est en rien sécurisant. Rendre la procédure contradictoire n'implique pas que le CSA sera doté d'une compétence juridictionnelle ; cela signifie qu'on a écouté deux personnes débattre et qu'à la fin, le CSA fait ce qu'il veut. En France, la condamnation publique est décidée par un juge et non par une autorité administrative quelconque. (*Applaudissements sur certains bancs du groupe LaREM. – Mme la rapporteure applaudit aussi.*)

**M. le président.** La parole est à M. Martial Saddier.

**M. Martial Saddier.** Madame la ministre, je suis également très inquiet et j'ai un peu de mal à comprendre l'avis favorable du Gouvernement. Si cet amendement et ce sous-amendement sont adoptés, l'avis public rendu en cours d'année par le CSA tombera comme un couperet, coupant court à la procédure clairement identifiée et parfaitement décrite par Mme la rapporteure. Cela ne peut que nuire à la démarche dans laquelle l'entreprise s'est engagée volontairement, consistant à tirer profit de chaque échange, de chaque point d'étape pour améliorer progressivement ses pratiques. Et je ne parle même pas des conséquences qu'aurait, dans la société dans laquelle nous nous trouvons, le fait de publier des extraits de l'avis sortis de leur contexte.

Non seulement les dispositions de cet amendement feraient doublon et alourdiraient considérablement la procédure, mais elles rendraient inopérant le bilan prévu à l'alinéa 5.

**M. le président.** La parole est à Mme Nathalie Sarles.

**Mme Nathalie Sarles.** Le bilan annuel contiendra de toute façon des informations relatives au respect des codes de bonne conduite. Nous proposons simplement de modifier le moment où elles seront rendues publiques. En outre, le sous-amendement de ma collègue prévoit une procédure contradictoire afin que l'entreprise puisse s'expliquer. Je ne vois pas en quoi cette procédure serait plus culpabilisante que le fait de produire un rapport annuel contenant des informations accessibles au public de la même façon.

**M. le président.** La parole est à Mme Cendra Motin.

**Mme Cendra Motin.** Je souhaite rappeler que l'on peut mettre vingt ans à donner une image à une marque, mais qu'il suffit de deux minutes pour la casser.

**M. Martial Saddier.** Exactement !

**Mme Cendra Motin.** Nous devons être très prudents avec le *name and shame*. Les rapports annuels publiés seront généraux ; ils ne viseront pas spécifiquement telle ou telle entreprise. Alors que nous cherchons à accompagner les entreprises engagées dans une démarche d'amélioration, nous devons éviter qu'elles puissent voir leur image de marque détruite en très peu de temps.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je répondrai rapidement à M. Schellenberger, car j'aimerais éviter toute confusion. Nous demandons de n'attribuer au CSA que des tâches qu'il accomplit déjà aujourd'hui.

**M. Erwan Balanant.** Exactement !

**Un député du groupe LaREM.** Alors pourquoi légiférer ?

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Je peux vous donner un exemple très récent : le 18 mars, le CSA a publié un communiqué indiquant qu'il avait sanctionné la chaîne de télévision CNews, au terme d'une procédure engagée à la suite de propos tenus au cours d'une émission. Le CSA « a considéré que la chaîne avait manqué à ses obligations, tant au regard de la loi du 30 septembre 1986 que de sa convention. [...] la loi fixe des limites à l'exercice de [la liberté éditoriale]. Elle exige, en particulier, que les programmes mis à la disposition du public ne contiennent [pas d'] incitation à la haine [...] Conformément à ses missions, le Conseil ne manquera pas d'intervenir chaque fois que ces limites seront franchies. » Vous pouvez constater que la procédure décrite est celle à

laquelle recourt habituellement le CSA, à ceci près qu'elle s'appliquerait à un manquement à des engagements volontaires qui ont été pris par les filières. (*Applaudissements sur certains bancs du groupe LaREM. – M. Erwan Balanant applaudit aussi.*)

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

**M. François-Michel Lambert.** Cet outil me semble très dangereux. Venant de l'industrie agro-alimentaire, notamment de la filière de l'embouteillage dont je suis un expert, je me souviens du jour – j'étais jeune, alors – où un laboratoire situé aux États-Unis a détecté une trace de benzène dans l'eau de Perrier. À l'époque, la marque avait la réputation de produire une eau de la meilleure qualité qui soit. Or, alors même que la présence de benzène, due à un chiffon oublié dans une pompe, était très faible par rapport aux normes de qualité – il n'y avait donc aucun risque –, Perrier a mis dix ans à remonter la pente. C'est ainsi que le *name and shame* pratiqué à l'autre bout du monde a suffi à flinguer une marque française. Je vous épargne les conséquences de cette affaire sur l'emploi et l'économie locale dans la région nîmoise! (*Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LR.*)

**M. Raphaël Schellenberger.** Bravo!

**M. Erwan Balanant.** Cela n'a rien à voir!

**M. Raphaël Schellenberger.** Mais si, vous parlez du *nameandshame*!

**Mme Caroline Fiat.** On peut parler français?

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Dans tout le titre I<sup>er</sup>, c'est le seul point de divergence entre Mme la ministre et moi; cela peut arriver et ce n'est pas très grave.

Je crois vraiment aux engagements volontaires – dont certains, il faut bien l'admettre, sont pris sous l'influence de la ministre et grâce à l'impulsion donnée par ce projet de loi. La question est de savoir comment les mesurer et en vérifier le respect. Je crains que cet amendement ne dissuade les entreprises à prendre de tels engagements. Elles pourraient considérer que leur intérêt est de s'abstenir plutôt que de prendre le risque de faire l'objet d'observations publiques en cours d'année.

Je ne suis pas défavorable à l'objectif visé par Nathalie Sarles, puisque nous le partageons, mais nous sommes en désaccord sur les moyens d'y parvenir: je pense qu'il vaut mieux renforcer les outils de contrôle du Parlement, plutôt que de publier des observations en cours d'année. C'est l'objet de l'amendement n° 5808, qui prévoit que le rapport annuel dressant le bilan du respect par les entreprises de leurs engagements volontaires est présenté devant les commissions permanentes chargées des affaires culturelles et du développement durable de chaque assemblée. Il perdrait cependant tout intérêt si nous adoptons l'amendement n° 4456, auquel je reste défavorable.

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

**M. Jean-Marie Sermier.** Je constate que nous nous sommes sérieusement éloignés de l'objet du projet de loi, qui est de limiter les émissions de gaz à effet de serre. Nous pouvons en effet réfléchir aux moyens de réduire la publicité en faveur

des produits qui en émettent trop; c'est très louable et tout à fait logique. Néanmoins, il faut bien les connaître, et le CSA n'est peut-être pas le meilleur expert en la matière.

Du reste, madame la ministre, l'exemple que vous nous avez donné – la sanction prise par le CSA à l'encontre d'une chaîne télévisée, motivée par un incident survenu au cours d'une émission – n'a aucun rapport avec notre propos. En prenant une telle mesure, le Conseil ne sortait pas de sa compétence. Il dispose d'ailleurs de collaborateurs spécialisés dans le traitement de ce type de cas.

C'est tout autre chose que de jeter en pâture une entreprise ou une marque qui n'aurait pas entièrement respecté ses engagements. Attendons de voir comment fonctionne le dispositif d'engagement volontaire...

**Mme Danièle Obono.** On sait déjà que cela ne fonctionnera pas!

**M. Jean-Marie Sermier.** ...avant de donner la possibilité au CSA de rendre publiques des observations susceptibles de mettre des entreprises en grande difficulté. Quoi qu'il en soit, je répète que l'exemple que vous avez pris n'a absolument rien à voir avec l'objet de l'amendement et du sous-amendement.

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

**M. Raphaël Schellenberger.** Cet exemple est en effet de parfaite mauvaise foi! Le CSA est l'autorité de régulation des médias, leur gendarme. Son rôle est de s'assurer qu'ils respectent la loi. En l'occurrence, dans l'exemple que vous avez utilisé, les propos en cause étaient si dangereux qu'ils tombaient sous le coup de la loi.

Or l'objet de l'amendement et du sous-amendement est de faire du CSA le juge d'une relation contractuelle, ce qui n'est pas tout à fait la même chose. Vous souhaitez qu'il soit à la fois cocontractant – l'institution auprès de laquelle la marque prend un engagement – et le juge du contrat – celui qui en dénonce publiquement les éventuelles entorses. Cela n'a donc rien à avoir avec les missions actuelles du Conseil.

À cet égard, Mme la rapporteure a formulé un excellent argument. Si l'engagement volontaire fait courir le risque d'une mauvaise publicité à l'entreprise qui ne le respecterait pas intégralement, soyez certains que le dispositif ne sera jamais utilisé – à plus forte raison parce que la procédure de constatation d'un manquement n'est pas suffisamment cadrée et qu'on ne sait comment les litiges sont tranchés. En définitive, nous devrions peut-être voter cet amendement de manière à rendre l'article 5 inopérant!

*(Le sous-amendement n° 7295 n'est pas adopté.)*

*(L'amendement n° 4456 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme la rapporteure, pour soutenir l'amendement n° 2474.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il vise à répondre à des préoccupations partagées par plusieurs députés, exprimées notamment par Mme Hennion, sur la question des influenceurs. Nous avons adopté il y a environ un an la proposition de loi du président de la commission des affaires culturelles et de l'éducation, Bruno Studer, visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne – les enfants youtubeurs. Je crois qu'il

faut essayer d'aller plus loin, même si appréhender l'impact environnemental des publicités sur ces plateformes n'a rien d'évident.

Je vous propose donc de nous entendre au moins sur un code de bonne conduite destiné à accroître les contrôles des publicités qui sont diffusées sur ces réseaux sociaux – le terme « sociaux » pourrait d'ailleurs être discuté –, c'est-à-dire les placements et parrainages de produits. De cette manière, nous serions plus à même de mesurer les enjeux environnementaux qui s'y jouent. Après tout, la promotion d'un produit par un influenceur sur un réseau social a-t-elle un impact inférieur à une publicité diffusée à la télévision ? La question se pose et j'estime qu'il nous faut aujourd'hui accomplir un premier pas en instaurant un tel code de bonne conduite.

*(L'amendement n° 2474, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme la rapporteure, pour soutenir l'amendement n° 5808.

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il vise le même objectif que l'amendement n° 4456 et que le sous-amendement n° 7295, que nous avons examinés il y a peu. Comme Nathalie Sarles, Véronique Riotton et Camille Galliard-Minier l'ont exprimé, il nous faut des outils de contrôle beaucoup plus efficaces concernant les codes de bonne conduite. Cet amendement vise donc à renforcer les prérogatives du CSA, qui aurait la charge de réaliser un bilan, auquel participerait également l'ADEME s'agissant des éléments techniques.

La présentation de ce bilan ferait l'objet d'une audition du président du CSA devant les commissions permanentes chargées des affaires culturelles et du développement durable de chaque assemblée. Les citoyens seraient ainsi en mesure de se saisir de ces nouveaux outils et de savoir chaque année quels engagements ont été pris et s'ils ont été respectés. Nous aurions donc une trajectoire claire et positive.

*(L'amendement n° 5808, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 7073 de Mme Sylvie Bouchet Bellocourt est défendu.

*(L'amendement n° 7073, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

*(L'article 5, amendé, est adopté.)*

#### Après l'article 5

**M. le président.** La parole est à Mme la ministre, pour soutenir l'amendement n° 7252, portant article additionnel après l'article 5.

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Il vise à inscrire dans le texte l'obligation, pour les entreprises soumises à affichage environnemental, de se déclarer auprès des autorités d'autorégulation créées dans le secteur de la publicité. Le Gouvernement souhaite qu'il soit possible de consulter chaque année, à partir d'un an après la promulgation du présent texte, la liste des entreprises ayant souscrit à un code de bonne conduite sectoriel s'inscrivant dans la lignée des

engagements volontaires mesurables et auditables et des réflexions en cours menées dans le cadre de la mission confiée à Gaëlle Bousquet et Arnaud Leroy.

Il tend également à ce que, dans un délai de deux ans à compter de la promulgation de la loi, le Gouvernement présente au Parlement un rapport sur la création des codes de bonne conduite et leur efficacité. L'adoption de cet amendement procurerait donc un complément très important aux dispositions de l'article 5, telles qu'elles ont été précisées par les amendements de Mme la rapporteure.

Le fait d'obliger les annonceurs à se déclarer auprès des autorités de régulation de la publicité telles que l'ARPP – Autorité de régulation professionnelle de la publicité – et de rendre ces listes publiques permettra de distinguer les acteurs ayant adopté un code de bonne conduite de ceux qui ne jouent pas le jeu. Des collectifs de citoyens, des ONG ou encore des associations de consommateurs pourront se saisir de ces listes dans une logique de *name and shame*, ce qui créera une pression supplémentaire sur les acteurs ne s'étant pas engagés.

Enfin, cet amendement vise à prévoir dans un délai court de deux ans la réalisation par le Gouvernement d'un rapport présenté au Parlement pour évaluer le dispositif des codes de bonne conduite et mesurer son efficacité à réduire significativement la publicité en faveur de biens et services ayant un impact négatif sur le climat et l'environnement. S'il s'avérait que ces codes de bonne conduite ont manqué leur cible ou ne sont pas suffisamment efficaces, le Gouvernement ferait des propositions, soit pour adapter le dispositif, soit pour le remplacer, le cas échéant au profit d'une approche plus coercitive.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Il est évidemment favorable étant donné que cet amendement vise à renforcer les outils à la disposition des autorités d'autorégulation et à donner aux entreprises un cadre dans lequel se fonder. Comme l'a dit Mme la ministre, si les entreprises ne s'engagent pas, le Gouvernement pourra prendre des mesures plus coercitives. Cet amendement me semble donc de nature à renforcer la portée de l'article 5.

*(L'amendement n° 7252 est adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n° 6643.

**M. Dominique Potier.** À défaut de véritablement réguler la publicité en faveur de produits néfastes pour l'environnement et le climat et de l'interdire, nous proposons de la taxer. Ce prélèvement s'élèverait à 1 ou 2 % des budgets publicitaires, même si, à titre personnel, je serais favorable à un montant proche de celui de la dime. L'objet de cette taxe serait de se doter d'un instrument en forme d'antidote, afin de financer une éducation citoyenne et civique qui rendrait les citoyens à même de discerner ce qui est bon pour eux, pour les autres et pour l'humanité dans les messages publicitaires.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Monsieur le député, comme vous l'imaginez certainement, notre majorité est défavorable à l'idée de la création d'une nouvelle taxe. Cette option ne me paraît pas judicieuse dans la période



que nous connaissons tous et au cours de laquelle les médias subissent une baisse spectaculaire de leurs recettes publicitaires. Avis défavorable.

*(L'amendement n° 6643, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements, n° 3417 et 4978, pouvant être soumis à une discussion commune.

La parole est à Mme Véronique Riotton, pour soutenir l'amendement n° 3417.

**Mme Véronique Riotton.** En concordance avec l'amendement n° 3418 que j'ai défendu précédemment, il vise à intégrer les chartes d'engagement volontaire pour l'environnement dans le droit administratif afin de leur donner une assise juridique plus solide.

**M. le président.** La parole est à M. Erwan Balanant, pour soutenir l'amendement n° 4978.

**M. Erwan Balanant.** Nous le voyons, nos débats sur les engagements volontaires suscitent des polémiques et des interrogations légitimes, à l'instar de celle formulée par M Schellenberger. Elles sont dues au fait que les engagements volontaires ne sont tout simplement pas définis juridiquement, ce à quoi je propose de remédier en créant, par cet amendement, un titre X au livre 1<sup>er</sup> du code de l'environnement. Prendre un engagement volontaire auprès de l'État, cela ne revient pas à simplement respecter le droit en vigueur. Les principes de leur élaboration doivent être définis, tout comme le régime juridique dont ils dépendent.

Nous venons d'avoir une longue discussion sur la question des codes de bonne conduite, mais sans les définir autrement qu'en les qualifiant d'engagements volontaires, ceux-ci n'étant donc eux-mêmes pas définis. Or nous constatons que certains engagements volontaires sont actuellement attaqués en justice en raison de leur caractère imprécis. Je pense aux engagements relatifs à l'épandage de pesticides à proximité des habitations, polémique dont nous avons beaucoup parlé l'été dernier. Avec de vrais engagements volontaires définis juridiquement, nous n'aurions pas eu ce problème.

Je comprends qu'il nous faut sans doute encore travailler sur ce point, mais je vous soumetts néanmoins cette proposition de créer un titre X au livre 1<sup>er</sup> du code de l'environnement afin de véritablement définir ce que sont les engagements volontaires. Nous disposerions ainsi d'un dispositif efficace et sécurisé sur le plan juridique. En effet, je suis sceptique quant à l'idée de croire en la bonne conduite des acteurs. Il faut que les engagements que nous prenons comportent un minimum de contraintes. La confiance n'exclut pas le contrôle.

**M. Gérard Leseul.** Un peu de régulation !

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Vous avez raison, monsieur le député, la confiance n'exclut pas le contrôle. C'est pourquoi nous venons d'approuver le renforcement des outils de transparence, de mesure et de contrôle, avec l'affirmation du rôle de l'ADEME et du CSA. Ce contrôle prendra la forme d'un bilan qui sera présenté au Parlement et rendu public annuellement.

Cela étant, ces deux amendements visent à donner une définition juridique aux engagements volontaires. Or il me paraît justement compliqué de donner un cadre juridique à des engagements pris sur la base du volontariat. Ceux-ci doivent évidemment aller au-delà du droit existant, que toutes les entreprises doivent par principe respecter. Et nous devons faire en sorte que les engagements pris soient respectés, vérifiés et contrôlés. Je le répète, c'est chose faite grâce aux amendements que nous avons adoptés à l'article 5.

**M. Erwan Balanant.** Mais non !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Mais je ne crois pas qu'il faille aller plus avant dans la définition d'un cadre juridique. Je demande donc le retrait des deux amendements.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Ces deux amendements visent à donner aux engagements volontaires pour l'environnement une valeur et une portée normatives. Je partage votre volonté de les crédibiliser et de garantir que la signature de l'État engage les autres signataires à respecter des contreparties. Cependant, tels qu'ils sont rédigés, ces amendements me semblent fragiles sur le plan juridique, s'agissant notamment de l'identification des juridictions compétentes selon les situations, en l'occurrence le Conseil d'État en ce qui concerne les contrats de droit public et les juridictions civiles pour ce qui est des contrats de droit privé. Ayons aussi conscience du fait que la définition d'un tel cadre pourrait dissuader les entreprises de prendre des engagements volontaires.

Ce débat ne me semble pas encore mûr et prêt à être tranché, mais cela ne signifie pas que nous ne devons pas y travailler. Ce travail pourrait être mené par le Conseil national de la transition écologique, qui représente l'ensemble des parties prenantes – entreprises, ONG et experts.

Par conséquent, je vous propose de retirer vos amendements. À défaut, avis défavorable.

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

**M. Erwan Balanant.** L'argument de Mme la rapporteure, selon lequel il n'est pas possible d'encadrer un engagement au prétexte qu'il serait volontaire, me fait sourire : la plupart des contrats privés concernent des accords volontaires ! Pourquoi un engagement volontaire ne pourrait-il pas faire l'objet d'un encadrement juridique ?

**M. le président.** La parole est à Mme Stella Dupont.

**Mme Stella Dupont.** Compte tenu du récent avis du Conseil constitutionnel que M. Balanant a rappelé tout à l'heure, il me semble que l'engagement volontaire présente une fragilité juridique.

En outre, si nous ne l'encadrons pas suffisamment, il risque de devenir une technique de marketing plutôt que l'outil efficace que nous espérons.

**M. Erwan Balanant.** Exactement !

**Mme Danièle Obono.** Oh ! Serait-ce possible ? *(Sourires.)*



**Mme Stella Dupont.** Il convient donc d'adopter un de ces amendements, sans quoi l'article 5 ne serait qu'un coup d'épée dans l'eau. Il faut vraiment que nous musclions le dispositif.

*(Les amendements n<sup>os</sup> 3417 et 4978, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 4185 de M. Matthieu Orphelin est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 4185, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Naillet, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2976.

**M. Philippe Naillet.** À l'image des publications judiciaires imposées sous astreinte par décision de justice, comme celles que subissent parfois les magazines *people*, il convient, lorsque des faits d'écoblanchiment sont constatés, que l'entreprise conceptrice du produit et celle ayant réalisé le support publicitaire puissent être contraintes à diffuser à leurs frais un correctif.

En mettant en avant les enjeux d'éthique, ce dispositif participerait à la responsabilisation des annonceurs. Il nous faut absolument éviter autant que possible les dérives que nous avons observées chez certaines marques automobiles, qui ont volontairement triché sur les émissions de CO<sub>2</sub> de leurs véhicules.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Nous sommes même allés plus loin en adoptant un amendement relatif à la lutte contre le blanchiment écologique, qui prévoit de nouvelles sanctions en la matière. Au-delà des sanctions pécuniaires, la mention de la condamnation devra clairement apparaître, que ce soit sur le site internet de la marque ou par tout moyen publicitaire. Votre amendement est donc pleinement satisfait, et je vous demande de le retirer.

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

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

*(L'amendement n<sup>o</sup> 2976 n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 6391 de M. Alexandre Freschi est défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 6391, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à M. Philippe Naillet, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 2975.

**M. Philippe Naillet.** Il propose qu'à titre expérimental – j'insiste bien sur ce point –, une partie des publicités audiovisuelles soit consacrée aux biens, services et méthodes favorisant la protection et la durabilité de notre environnement, de façon à atteindre les objectifs de l'accord de Paris sur le climat, adopté le 12 décembre 2015.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Du point de vue juridique, il ne me paraît pas possible de contraindre des entreprises privées à flécher vers un secteur particulier une partie de leurs investissements publicitaires. Cependant,

plusieurs engagements volontaires ont été pris par les filières, dont le respect pourra être contrôlé en toute transparence grâce aux outils de mesure et de contrôle prévus à l'article 5.

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

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

*(L'amendement n<sup>o</sup> 2975 n'est pas adopté.)*

#### Article 5 bis

**M. le président.** Les amendements identiques n<sup>os</sup> 2845 de Mme Anne-Laure Blin et 3185 de M. Marc Le Fur, tendant à supprimer l'article, sont défendus.

*(Les amendements identiques n<sup>os</sup> 2845 et 3185, repoussés par la commission et le Gouvernement, ne sont pas adoptés.)*

**M. le président.** Je suis saisi de deux amendements, n<sup>os</sup> 4506 et 1867, pouvant être soumis à une discussion commune.

L'amendement n<sup>o</sup> 4506 de Mme la rapporteure est défendu.

La parole est à Mme Christine Hennion, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 1867.

**Mme Christine Hennion.** Le 15 décembre 2020, l'ARCEP a publié le premier rapport de sa plateforme de travail « Pour un numérique soutenable ». Il contient onze propositions visant à conjuguer le développement des usages du numérique et la réduction de son empreinte environnementale. L'Autorité de régulation souhaite inscrire son action dans une collaboration avec les pouvoirs publics, en particulier avec l'ADEME, avec laquelle elle prépare un rapport plus complet qui sera livré à la fin de l'année. Il est donc logique que cette dernière participe également à l'élaboration du rapport prévu par l'article 5 bis, destiné à évaluer l'impact environnemental des différents modes de réception de la télévision et des services de médias audiovisuels. Tel est l'objet du présent amendement.

Le n<sup>o</sup> 1868, qui sera appelé dans un instant, propose quant à lui d'étendre le champ du rapport à l'impact sur l'environnement des réseaux de communication des terminaux et des usages, puisque ceux-ci ne peuvent pas être dissociés des services de médias à la demande.

**M. le président.** Quel est l'avis de la commission sur l'amendement n<sup>o</sup> 1867 ?

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Défavorable.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** Favorable à l'amendement n<sup>o</sup> 4506 et défavorable à l'amendement n<sup>o</sup> 1867.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 4506 est adopté ; en conséquence, l'amendement n<sup>o</sup> 1867 tombe.)*

**M. le président.** L'amendement n<sup>o</sup> 1868 de Mme Christine Hennion vient d'être défendu.

*(L'amendement n<sup>o</sup> 1868, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** L'amendement n° 6638 de M. Dominique Potier est défendu.

*(L'amendement n° 6638, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

*(L'article 5 bis, amendé, est adopté.)*

#### Après l'article 5 bis

**M. le président.** L'amendement n° 2023 de Mme Delphine Batho est défendu.

*(L'amendement n° 2023, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)*

**M. le président.** La parole est à Mme Christine Hennion, pour soutenir l'amendement n° 7187.

**Mme Christine Hennion.** Il s'agit d'un amendement présenté par le groupe La République en marche.

Si le numérique, qui nous est si indispensable en cette période de crise, peut nous aider à réduire nos émissions de carbone – en limitant nos besoins de déplacement ou en optimisant les processus industriels, par exemple –, il est désormais clair qu'il a, lui aussi, un impact environnemental grandissant. Le projet de loi « climat et résilience » doit en tenir compte. Nos collègues sénateurs ont déjà beaucoup travaillé sur le sujet, et leur contribution a déjà enrichi les travaux de l'ARCEP. Ils proposaient de traiter ce sujet dans un autre texte mais, symboliquement, il nous semble important que ce projet de loi comporte un volet consacré au numérique.

L'amendement vise donc à permettre à l'ARCEP de collecter les données environnementales de tout le secteur numérique – réseaux, centres de données, logiciels et, bien sûr, terminaux, qui représentent 80 % des émissions du secteur –, mais également de mener des enquêtes et de sanctionner la non-transmission d'informations. Le bilan environnemental tiré de ces données sera ajouté au rapport annuel de l'Autorité de régulation et donc rendu public.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Cet amendement s'inspire des travaux conduits au Sénat – en particulier de la proposition de loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France, dite proposition de loi Chaize. Il me semble très important de renforcer les pouvoirs de l'ARCEP et de disposer d'outils poussés en matière d'évaluation de l'impact environnemental du numérique et des télécommunications. Je suis donc favorable à votre amendement.

*(L'amendement n° 7187, accepté par le Gouvernement, est adopté.)*

**M. le président.** Les amendements n°s 1188 de Mme Paula Forteza, 111 de Mme Delphine Batho, 7010 de Mme Sophie Mette et 2024 de Mme Delphine Batho sont défendus.

*(Les amendements n°s 1188, 111, 7010 et 2024, repoussés par la commission et le Gouvernement, successivement mis aux voix, ne sont pas adoptés.)*

#### Article 6

**M. le président.** Je suis saisi de cinq amendements identiques, n°s 55, 968, 5090, 6644 et 6681, tendant à supprimer l'article.

Les amendements n°s 55 de Mme Delphine Batho et 968 de M. Guillaume Chiche sont défendus.

La parole est à M. Hubert Wulfranc, pour soutenir l'amendement n° 5090.

**M. Hubert Wulfranc.** L'article 6 tend à confier aux maires le pouvoir de police de la publicité, en particulier s'agissant des publicités affichées dans les vitrines des commerçants. Nous considérons que son adoption constituerait un désengagement de l'État en matière de régulation de la publicité. C'est en effet le soutien apporté aux élus locaux par son représentant, le préfet, qui permet une application homogène de la police administrative dans le territoire. Confier au maire ce nouveau pouvoir de police sans assurer la cohérence territoriale de son application risquerait donc d'aboutir à une régulation de la publicité à deux vitesses.

En outre, sur le terrain, le sujet est particulièrement sensible. Les élus locaux, confrontés à des difficultés diverses, sont parfois entraînés dans des conflits susceptibles, hélas, de dégénérer.

C'est pourquoi nous demandons la suppression de cet article.

**M. le président.** La parole est à M. Gérard Leseul, pour soutenir l'amendement n° 6644.

**M. Gérard Leseul.** Nous proposons nous aussi la suppression de cet article, afin de préserver à la fois l'égalité entre les territoires et l'équilibre des pouvoirs entre les collectivités locales et le préfet.

**M. le président.** La parole est à Mme Caroline Fiat, pour soutenir l'amendement n° 6681.

**Mme Caroline Fiat.** Cet amendement issu d'une proposition de France nature environnement vise à supprimer l'article 6, dont le contenu n'a aucun rapport avec les propositions de la Convention citoyenne pour le climat – CCC : il prévoit en effet que la police de la publicité soit transférée aux maires. Jusqu'à présent, ces pouvoirs étaient exercés par le préfet, sauf si la commune ou l'intercommunalité possédait un règlement local de publicité – RLP. Ces dernières années, les plans de contrôle des préfets ont ainsi produit des effets significatifs dans de nombreux départements, contribuant à faire mieux respecter le code de l'environnement, notamment au sein d'espaces protégés comme les parcs naturels régionaux. Cet article ouvre donc la voie à d'éventuelles régressions : certes, il y aura sans doute des maires pour se montrer stricts, mais d'autres pourraient tout à fait opter pour un déploiement publicitaire à outrance. La décentralisation ne remédiera pas au manque de régulation par l'État : en matière de publicité, il est nécessaire d'imposer des règles valables sur tout le territoire.

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

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Tout d'abord, vous n'ignorez pas que les maires ont des pouvoirs de police dans de multiples domaines, en particulier l'habitat, l'environnement et l'urbanisme : la publicité extérieure en est très

proche. Ensuite, beaucoup d'entre eux exercent déjà une responsabilité en la matière, et leur nombre augmente, puisque de plus en plus de communes et d'EPCI (établissements publics de coopération intercommunale) adoptent un RLP. Par conséquent, si cela posait problème, on le saurait. Enfin, c'est tout de même une bonne nouvelle que nous décentralisons une compétence !

**M. Martial Saddier.** Une galère, oui !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Il y a plus spectaculaire, je vous l'accorde, mais nous avons envie de donner des compétences supplémentaires aux élus.

**Mme Danièle Obono.** Sans leur donner les moyens correspondants ; et ça, les élus, ils adorent !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Cet article va dans le bon sens, dans le sens de notre attitude générale : faire confiance aux élus, ce qui ne consiste pas à les soumettre à la pression de qui que ce soit, ni à ce que l'État démissionne.

**Mme Danièle Obono.** Mais bien sûr !

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Nous n'entendons pas leur responsabilité de cette façon. Encore une fois, il serait logique que cette compétence locale leur revienne, que ce soit le maire qui décide des aménagements publicitaires qu'il souhaite à tel endroit, de leur densité, et qui en assume la responsabilité vis-à-vis de ses administrés. Bien évidemment, avis défavorable à ces amendements de suppression de l'article 6.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** La tentation d'implanter des enseignes et des pré-enseignes en violation des règles nationales et locales concernant la publicité extérieure aboutit à des nuisances qui touchent le cadre de vie des habitants, mais affectent aussi les visiteurs des communes concernées. Leur contrôle constitue donc un enjeu principalement local. Décentraliser la police de la publicité, comme le prévoit l'article 6, permettrait de clarifier et de simplifier les compétences dévolues en la matière à l'autorité municipale.

Cette aspiration à agir sur la publicité extérieure, physique ou numérique, est celle de la CCC, mais aussi d'une part grandissante de la société. Le maire ou le président d'un EPCI, proche du terrain, de ses administrés, se trouve plus à même de produire et de faire respecter des réglementations adaptées à son territoire, à la réalité de celui-ci. Il faut aller voir sur place ! Je me suis rendue dans une commune qui avait adapté son RLP à ses spécificités, à ce qui la différenciait des communes voisines : elle avait ainsi pu supprimer la publicité sur 80 % de son territoire sans que cela pose le moindre problème, bien au contraire.

Par ailleurs, l'article 6 prévoit que les compétences des communes en matière de publicité extérieure soient transférées aux EPCI à fiscalité propre compétents en matière de PLU – plan local d'urbanisme – ou de RLP. Cette disposition doit permettre aux petites communes de mutualiser leurs moyens dans ce domaine, ce qui répond à la crainte d'une charge trop lourde exprimée par certains. Enfin, les communes et EPCI pourront toujours demander conseil aux services de l'État, qui continueront à les accompagner, notamment dans l'élaboration de leur RLP. C'est pourquoi cet article constitue une avancée, une adaptation aux réalités du terrain, en plus de témoigner notre confiance aux élus locaux. Avis défavorable à sa suppression.

**M. Dominique Potier.** Franchement, c'est une régression !

**M. le président.** La parole est à M. Hubert Wulfranc.

**M. Hubert Wulfranc.** Vous m'excuserez d'insister sur ce point, mais nous avons là l'exemple même de la patate chaude que l'on refile aux élus locaux sous prétexte de décentralisation, d'ailleurs rituel dans la bouche des girondins, et pour aboutir à quoi ? À un archipel de réglementations...

**M. Dominique Potier.** Exactement !

**M. Hubert Wulfranc.** ...que l'autorité préfectorale ne viendra plus harmoniser au nom de l'État. De plus, que vous le vouliez ou non, il y a là une question de moyens !

**M. Dominique Potier.** Bien sûr !

**M. Hubert Wulfranc.** Je ne vais pas vous lire l'étude d'impact, mais rappelez-moi combien de vos propres agents vous comptez déployer sur le terrain ? En équivalents temps plein, quelques dizaines ! Or les polices municipales sont débordées ; elles ont bien autre chose à faire que de traquer les publicités aux vitrines des commerçants. Véritablement, nous nous opposons avec la plus grande fermeté à cet article qui, je le répète, mettra les maires en difficulté et suscitera des malentendus de terrain dont vous savez très bien jusqu'où ils peuvent aller. Il en sera du contrôle de la publicité comme de celui des ordures.

**M. le président.** La parole est à Mme Caroline Fiat.

**Mme Caroline Fiat.** Dans certains domaines, vous décentralisez avec une facilité surprenante ; dans d'autres, beaucoup moins. Sous le couvert de la décentralisation, donc, vous allez dire aux maires, qui ont de moins en moins de moyens,...

**M. Erwan Balanant.** Ils n'ont pas de moins en moins de moyens !

**Mme Caroline Fiat.** ...de faire la chasse aux publicités, c'est-à-dire de refuser les ressources que leur offrent les lobbyistes...

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** On parle de commerçants !

**Mme Caroline Fiat.** ...puis d'expliquer ce refus à la population.

**M. Erwan Balanant.** Ils ne feront qu'appliquer la réglementation !

**Mme Caroline Fiat.** C'est ainsi que les choses se passent : des gens viennent raconter qu'un publicitaire leur a proposé de planter un grand panneau dans leur jardin, que cela leur rapporterait tant, et tant à la commune (*Exclamations sur les bancs du groupe LaREM*)... Vous êtes bien désagréables ! Ce n'est pas dans mes habitudes de couper la parole, mais si vous voulez, je peux passer toute la soirée à vous interrompre dès que vous voudrez vous exprimer : vous verrez l'effet produit...

Vous jouez un jeu dangereux. Les communes ont de moins en moins d'argent, et vous leur demandez de plus en plus (*Nouvelles exclamations*)... Je vais donc passer la soirée à vous couper la parole à mon tour. Pari tenu !

**M. le président.** Nous vous écoutons, madame Fiat. Moi, en tout cas, je vous écoute.



**Mme Caroline Fiat.** Merci, monsieur le président! (*Sourires.*) Les maires vont donc devoir expliquer à leurs électeurs qu'ils refusent l'installation d'un panneau publicitaire qui vaudrait un revenu supplémentaire à la commune, ainsi qu'au propriétaire du jardin où il serait implanté. Jusqu'à présent, ils pouvaient invoquer une mesure préfectorale et recevoir l'aide de la préfecture pour exposer le pourquoi du comment. Vous décentralisez: désormais, ils seront seuls. Vous verrez que le système ne fonctionnera pas. C'est vraiment du grand n'importe quoi!

**M. Dominique Potier.** Tout à fait!

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

**M. Raphaël Schellenberger.** Je me pose plusieurs questions au sujet de cet article. De prime abord, je serais plutôt favorable à ce que les maires reçoivent davantage de pouvoirs ayant trait aux réglementations locales, à ce qu'ils puissent encadrer ou interdire l'usage de certains outils, de certains objets publicitaires. En revanche, la procédure que vous employez m'inspire des doutes sérieux. Tout d'abord, interdire une publicité revient à priver d'une liberté,...

**M. Gérard Menuel.** Très bien!

**M. Raphaël Schellenberger.** ...qui peut être la liberté d'expression, c'est-à-dire pas n'importe laquelle. Ensuite, que va-t-on interdire? Un message, par exemple la publicité pour des voitures, ou un format, par exemple la pré-enseigne dans un jardin? Les deux ne sont pas de même nature! Encore une fois, je suis tout à fait favorable à ce que le maire reçoive plus facilement – il en dispose déjà si la commune a adopté un RLP – la capacité de réglementer les outils de communication, par exemple en interdisant les affichages lumineux ou les pré-enseignes. J'ai beaucoup plus de mal à concevoir que l'on puisse confier au maire le pouvoir d'interdire un message publicitaire: ce serait même dangereux,...

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Ce n'est pas ce qui est écrit!

**M. Raphaël Schellenberger.** Ce qui est écrit reste très flou sur ce point. Enfin, comment mettre ce dispositif en application? Le RLP est lourd et long à instaurer: nous devrions travailler à en alléger la procédure. En revanche, permettre à un maire d'interdire une publicité au faciès, si je puis dire, c'est tomber dans l'excès inverse. Pourquoi interviendra-t-il dans tel cas et non dans tel autre? Comment évaluer la régularité de sa décision? Quelle serait la voie de recours? Cette mesure va créer beaucoup plus de contentieux.

**M. Dominique Potier.** Exactement!

**M. Raphaël Schellenberger.** Chaque décision du maire prise sur ce fondement sera contestée; sans ligne, sans cohérence, sans motif, sans explicitation de ce en quoi consiste l'intérêt général, sans sécurisation, le juge administratif se trouvera perdu. Le résultat, c'est que les maires n'utiliseront pas ce dispositif.

**M. Dominique Potier.** Tout à fait!

**M. le président.** La parole est à Mme Patricia Lemoine.

**Mme Patricia Lemoine.** Je suis contre la suppression de l'article 6. M. Schellenberger a raison d'estimer qu'il faut faire confiance aux maires. En outre, la plupart des petites communes qui pourraient avoir du mal à exercer ce pouvoir de police sont incluses dans des EPCI, si bien que cette

compétence s'exercerait à l'échelon intercommunal – preuve de la pertinence et de la cohérence du dispositif. C'est donc un faux procès qui est fait à cet article, que je soutiendrai, bien évidemment. Faisons confiance aux élus pour s'organiser entre eux, à l'échelle de la commune ou de l'intercommunalité, sur ces sujets qui pourrissent le quotidien de beaucoup de nos concitoyens!

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

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Quelques précisions: tout d'abord, le transfert de ce droit de police ne change rien aux règles, qui resteront les mêmes avant et après. Si un élu veut les modifier dans sa commune, il devra passer par un règlement local de publicité. Même alors, n'essayez pas de laisser croire que l'on pourra faire n'importe quoi! En la matière, la réglementation ne relève pas du préfet, contrairement à ce que j'ai pu entendre, mais du code de l'environnement, qui s'applique partout en France. Les élus doivent le respecter: le RLP ne peut que faire mieux.

Ensuite, monsieur Schellenberger, il n'est pas question du contenu de la publicité.

**M. Raphaël Schellenberger.** On ne sait jamais!

**M. Jean-René Cazeneuve, rapporteur général.** Que les choses soient claires: ce n'est pas le sujet. Voilà pourquoi, je le répète, je suis favorable au maintien de cet article et donc défavorable aux amendements de suppression.

**M. le président.** La parole est à M. Gérard Leseul.

**M. Gérard Leseul.** Pardonnez-moi, monsieur le rapporteur général, je ne comprends pas cet article; d'ailleurs, je ne vois absolument pas ce qu'il fait dans ce texte censé traiter du dérèglement climatique. Finalement, l'État refuse de faire preuve d'ambition. Vous n'avez pas voulu inclure la dimension sociale dans l'affichage environnemental, et vous nous parlez maintenant de droit de police en matière de publicité? Encore une fois, je ne comprends pas.

(*Les amendements identiques n<sup>os</sup> 55, 968, 5090, 6644 et 6681 ne sont pas adoptés.*)

**M. Dominique Potier.** C'est une régression!

**M. le président.** Je suis saisi de plusieurs amendements, n<sup>os</sup> 6680, 943, 963, 1434, 1729, 2620, 56 et 3435, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n<sup>os</sup> 943, 963, 1434, 1729 et 2620 d'une part sont identiques, de même que les n<sup>os</sup> 56 et 3435 d'autre part.

L'amendement n<sup>o</sup> 6680 de M. Loïc Prud'homme est défendu.

La parole est à M. Martial Saddier, pour soutenir l'amendement n<sup>o</sup> 943.

**M. Martial Saddier.** Notre collègue Émilie Bonnard, députée de la Savoie, propose de rétablir un équilibre entre les rôles du maire, de l'éventuel président ou présidente de l'EPCI et du préfet. L'exposé des motifs reflète les questions que nous nous posons. En tant que parlementaires, il nous est difficile d'obtenir que les amendements que nous déposons franchissent les nombreux obstacles qui se dressent avant leur examen en séance. À cet égard, nous nous interrogeons sur la



présence de l'article 6 dans le texte, la Convention citoyenne n'ayant jamais abordé le sujet des pouvoirs de police en matière publicitaire.

**M. Maxime Minot.** La Convention, c'est quand ça les arrange !

**M. Martial Saddier.** Deuxièmement, il me semble que celles et ceux d'entre nous qui ont été maires ou rêvent de l'être un jour sont tous demandeurs de compétences supplémentaires, monsieur le rapporteur général. Or je ne suis pas certain que les dizaines de milliers de nouveaux maires élus depuis un an se réveillent la nuit en rêvant que la République leur transfère le pouvoir de police sur les panneaux publicitaires – qui est une vraie galère ! L'Association des maires de France et des présidents d'intercommunalité, l'AMF, est un partenaire traditionnel de notre assemblée ; ce n'est pas elle qui édicte les lois de la République, mais elle est associée en amont au travail sur les textes qui concernent les maires. Or, comme vous le savez, l'AMF a émis les plus grandes réserves quant à ce transfert de compétences.

Par ailleurs, le Conseil d'État lui-même s'est permis de rappeler, dans l'avis qu'il a émis à ce sujet, qu'il pouvait être utile en dernier ressort de laisser le préfet de la République dans la boucle.

Enfin, la communauté qui associe des communes disposant de moyens financiers avec d'autres qui en ont un peu moins est la communauté de communes idéale ; c'est ce que l'on appelle la solidarité territoriale. Mais certains territoires ne comptent que des communes assez semblables, ayant très peu de moyens, qui s'assemblent pour fonder des communautés. Malheureusement, le mariage de communes pauvres ne fait pas une communauté de communes riche. Ce n'est pas en transférant aux communautés les compétences de police publicitaire que l'on résoudra le problème. C'est pour l'ensemble de ces raisons que notre collègue Émilie Bonnard a déposé le présent amendement, qui vise à rétablir un équilibre et à conserver le rôle du préfet, au côté de celui du président de l'EPCI ou du maire, dans la gestion du règlement publicitaire.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Marie Sermier, pour soutenir l'amendement n° 963.

**M. Jean-Marie Sermier.** Je m'associe aux propos qui viennent d'être tenus par Martial Saddier. J'ajouterai simplement que, s'il y a des communes riches et d'autres pauvres, il y a surtout des communes de tailles très variées. Or les très petites communes pourraient rencontrer des difficultés pour exercer la compétence de police publicitaire, faute de services techniques et administratifs adéquats. Il est vrai qu'elles peuvent éventuellement utiliser les services de l'urbanisme – souvent compétents pour ces questions – de leur EPCI, mais il est intéressant pour elles de pouvoir s'appuyer également sur l'État, notamment sur le préfet, pour s'assurer que les décisions qui sont prises le sont en parfaite légalité.

**M. le président.** La parole est à M. Jean-Bernard Sempastous, pour soutenir l'amendement n° 1434.

**M. Jean-Bernard Sempastous.** Je rejoins les propos de mes collègues. Dans la ville touristique dont j'ai été le maire, nous sommes efforcés pendant de longues années de mettre de l'ordre dans la signalétique et c'est lorsque le préfet s'est joint à nous, lorsque l'État a pris ses responsabilités, que nous y sommes parvenus. L'article 6 est à mes yeux une très mauvaise idée ; dans les territoires touristiques, il ne pourra

que compliquer la situation. Je crois modestement qu'il conviendrait de redonner davantage de responsabilités au préfet afin qu'il retrouve son rôle.

**M. le président.** La parole est à M. François-Michel Lambert, pour soutenir l'amendement n° 1729.

**M. François-Michel Lambert.** Ces amendements identiques, dont il faut rappeler qu'ils ont été inspirés par l'association Paysages de France et par la Fédération des parcs naturels régionaux de France, sont des amendements « en même temps » : ils proposent d'associer l'État, à travers les préfets, et les maires.

**M. Maxime Minot.** C'est très macroniste !

**M. François-Michel Lambert.** En effet, cher collègue !

Je doute, monsieur le rapporteur général, que les maires des 200 communes de votre très beau territoire du Gers demandent à récupérer le droit de police publicitaire ! Il faut donc trouver un équilibre. Peut-être la ville d'Auch souhaiterait-elle l'exercer pleinement, mais d'autres communes plus modestes ne courent pas après.

J'aimerais par ailleurs attirer votre attention sur un point particulier : pour l'avoir vécu et le vivre encore, je sais qu'il peut aussi exister des conflits d'intérêts. Un maire de ma circonscription, qui fut un temps questeur avant d'être battu en juin 2012, utilise des affichages sauvages et abusifs, à la limite de la légalité, dans son propre intérêt. Si l'on se passe de la présence du préfet et de la force de l'État, on risque de voir se développer ce type de dérives.

**M. le président.** L'amendement n° 2620 de Mme Delphine Batho est défendu.

Les amendements identiques n° 56 de Mme Delphine Batho et 3435 de M. Gérard Leseul sont défendus.

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

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Le premier amendement de la discussion commune est très différent des autres, puisqu'il vise à interdire toute publicité dans l'ensemble de l'espace public et dans les vitrines des commerces.

**Mme Danièle Obono.** Sauf celles d'intérêt général !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** Effectivement, mais dans ce cas il ne s'agit pas forcément de publicités puisqu'elles n'ont pas de visée commerciale. Je suis quoi qu'il en soit clairement défavorable à l'amendement n° 6680.

J'en viens aux deux séries d'amendements identiques. Je comprends la préoccupation concernant les plus petites communes qui ne disposent pas toujours des moyens humains et budgétaires ou de l'ingénierie nécessaire pour exercer la compétence en matière de police de publicité. Tout d'abord, l'article 6 n'empêchera pas le préfet de continuer à accompagner les maires, comme il peut le faire aujourd'hui. Je répète que la compétence pourra être partagée. Soit elle sera reprise par le maire, soit elle demeurera au niveau de l'EPCI. Un EPCI disposant déjà de la compétence en matière de RLP ou de PLU pourra continuer à l'exercer, évitant de laisser les plus petites communes dans la difficulté. Dans ma circonscription, il y a aussi des communes de 200 ou 300 habitants et j'imagine les difficultés qu'elles pourraient rencontrer à l'avenir pour régle-

menter la publicité ou contrôler l’affichage dans leur territoire. Mais si la compétence est exercée par un EPCI de 80 000 habitants, elle sera mieux partagée.

L’article 6 a pour seul objectif de permettre aux collectivités d’exercer cette compétence même en l’absence de RLP, soit au niveau de la commune, soit au niveau de l’EPCI. Elle sera ainsi exercée au plus près des réalités. On dit en permanence qu’il faut donner plus de pouvoirs aux maires, y compris en matière de contrôle et de police. C’est clairement ce que fait l’article 6...

**M. Gérard Leseul.** Non, ce n’est pas vrai !

**Mme Aurore Bergé, rapporteure.** ...en mettant la compétence au plus près des réalités des territoires, là où l’on considère qu’elle est pertinente. Certains maires nous ont demandé de pouvoir agir plus facilement. À l’avenir, ils auront les outils dont ils manquent aujourd’hui. Dans le cas de communes manquant de moyens, notamment d’ingénierie, la compétence pourra être exercée par l’EPCI et le préfet, je le répète, conservera la possibilité d’accompagner les collectivités qui le souhaitent. Je suis donc défavorable également aux deux séries d’amendements identiques : la clarification apportée par l’article 6 est bienvenue et nécessaire.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** En ce qui concerne l’amendement n° 6680, l’interdiction générale qu’il propose porterait une atteinte disproportionnée aux droits et libertés protégés par la Constitution.

Certains amendements proposent de revenir sur le mécanisme prévu par l’article 6, mais j’ai déjà expliqué les raisons pour lesquelles nous souhaitons redonner aux maires le pouvoir de police en matière de publicité. D’autres voudraient revenir plus en arrière, à la situation d’avant 2010, lorsque les compétences étaient concurrentes. Or cette situation entraînait des difficultés car elle pouvait donner lieu à des confrontations entre injonctions contradictoires. Il serait contreproductif d’y revenir.

Le préfet conserve évidemment certains moyens. En cas de carence par exemple, il peut mettre le maire concerné en demeure de se conformer à la réglementation. Il peut même aller jusque devant les juridictions, mais c’est justement pour éviter d’en arriver là que le préfet exerce une mission de conseil auprès des collectivités.

Il y a quelques semaines, je me suis rendue à Vourles, une commune de 3 000 habitants située au sud de Lyon, où existe un règlement local de publicité. La maire, qui est une jeune élue, a pris conseil auprès des services de mon ministère pour adapter le mieux possible le RLP à son territoire. Elle devait concilier la présence d’entreprises souhaitant faire de la publicité avec sa volonté de préserver sa jolie petite commune. En travaillant avec les habitants et les entreprises, elle est parvenue à trouver un *modus vivendi* et à concentrer la publicité dans la zone commerciale. Elle a également travaillé sur le format et la typographie des publicités, en particulier sur les « sucettes » que l’on trouve sur le bord des routes, en veillant à ce que les couleurs ne soient pas choquantes, afin de

préserver une forme d’homogénéité. C’est un travail de dentelle qui a été réalisé. Il a permis à chacun d’être satisfait, et la maire était très fière de nous le présenter.

C’est un exemple à suivre. Vourles n’est pas une très grande commune disposant d’importants moyens, mais la maire et l’équipe municipale ont su aller chercher les conseils là où il le fallait. Ils ont réussi à travailler tous ensemble pour avoir « en même temps » de la publicité au bénéfice des entreprises locales et un environnement agréable pour les habitants. Cela correspond exactement à l’objectif que nous visons avec l’article 6. J’émetts donc un avis défavorable à l’ensemble des amendements.

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

**M. Raphaël Schellenberger.** Je vous ai écoutée très attentivement, madame la ministre, et c’est précisément en raison de ce que vous venez d’exposer que je pense que l’article 6 est mauvais. Ce que vous décrivez, c’est la construction par un exécutif local d’un règlement local de publicité témoignant d’une vraie stratégie, adapté à la commune et circonstancié, mais certainement pas la conséquence d’un simple transfert du préfet vers le maire du pouvoir de police en matière de publicité.

**M. Gérard Manuel.** Tout à fait !

**M. Raphaël Schellenberger.** En effet, ce transfert, dont on peut éventuellement discuter de l’intérêt, n’aboutira pas à la situation idéale, voire idyllique, que vous avez décrite. La situation que vous décrivez est très intéressante et mérite vraiment l’attention du législateur, mais vous êtes hors sujet. Nous devrions donc rejeter l’article 6.

**M. Dominique Potier.** Eh oui !

**M. le président.** La parole est à M. Gérard Manuel.

**M. Gérard Manuel.** L’exemple de la commune du Rhône que vous venez de citer, madame la ministre, montre qu’il est possible aujourd’hui de réaliser un travail de qualité, en matière de publicité dans les communes, sans modifier le cadre législatif. La preuve : des conseils précis ont permis de répondre aux attentes de la population et des élus.

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

**Mme Barbara Pompili, ministre.** La maire en question a en effet agi dans le cadre d’un règlement local de publicité. Grâce à cet article, nous transférons des pouvoirs de police

aux maires pour inciter les communes à se doter d'un RLP et à réaliser ce travail de dentelle que tout le monde trouve intéressant. Tout cela est donc très cohérent.

*(L'amendement n° 6680 n'est pas adopté.)*

*(Les amendements identiques n°s 943, 963, 1434, 1729 et 2620 ne sont pas adoptés.)*

*(Les amendements identiques n°s 56 et 3435 ne sont pas adoptés.)*

**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, demain, à neuf 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 minuit.)*

*Le Directeur*

SERGE EZDRA