



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Régulation de la publicité au format papier

Question écrite n° 18944

Texte de la question

Mme Anne-Laurence Petel interroge Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire, sur l'impact environnemental des publicités liées aux imprimés papiers. Ces publicités représentent un gâchis environnemental considérable avec notamment un quart du papier en volume consommé nationalement. Le principe des autocollants « stop pub », proposés en 2004 par le ministère de l'environnement, est une première solution qui ne peut néanmoins se suffire à elle-même. En effet, une étude de l'UFC-Que Choisir observe que le poids moyen des imprimés publicitaires sur un mois est passé de 2 kg par ménage en 2004 à 2,3 kg en 2018, soit une augmentation de 15 % en 14 ans. Pour de nombreux citoyens, ce gaspillage excessif de ressources naturelles dans un contexte d'urgence écologique paraît injustifiable et symbolique. Par conséquent, elle souhaiterait connaître les réflexions actuelles du Gouvernement concernant les incitations économiques favorables à la diminution du volume des publicités de type imprimé non-adressé et au renforcement des actions de prévention des déchets papiers.

Texte de la réponse

La ministre de la transition écologique et solidaire est sensible à la question des nuisances liées aux publicités imprimées sur papier et à leur impact sur l'environnement. Il convient tout d'abord de rappeler que l'opération « Stop Pub » a été initiée dans le cadre du programme national de prévention des déchets 2004-2013, et le Gouvernement s'est fixé comme objectif de renforcer sa visibilité et ses effets dans le cadre du plan 2014-2020. Ainsi, lors de la mise en place des programmes locaux de prévention des déchets, la mise à disposition d'autocollants par les collectivités pour les citoyens intéressés se poursuit, notamment grâce à l'accompagnement logistique et financier de l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). En particulier, les collectivités et associations désireuses de développer une opération « Stop Pub » disposent d'une boîte à outils reprenant les étapes clés nécessaires à l'optimisation d'une telle opération. Cette boîte à outils est disponible sur la plate-forme internet « Optigede » de l'Ademe. Par ailleurs, dans la dynamique de la feuille de route pour l'économie circulaire et dans la cadre de la lutte contre le gaspillage de ressources, certaines enseignes se sont d'ores et déjà publiquement engagées à réduire fortement la distribution de prospectus papier. La ministre de la transition écologique et solidaire est particulièrement attachée à renforcer les actions relatives à la prévention des déchets et à inciter les entreprises à lutter contre toutes les formes de gaspillage, en cohérence avec la feuille de route pour l'économie circulaire et la future loi antigaspillage qui en découlera.

Données clés

Auteur : [Mme Anne-Laurence Petel](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (14^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18944

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : [Transition écologique et solidaire \(Mme Poirson, SE auprès du ministre d'État\)](#)

Ministère attributaire : [Transition écologique et solidaire \(Mme Poirson, SE auprès de la ministre\)](#)

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [16 avril 2019](#), page 3440

Réponse publiée au JO le : [27 août 2019](#), page 7764