

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

24 mars 2023

---

**INTERDICTION DE LA PUBLICITÉ LUMINEUSE - (N° 888)**

Tombé

**AMENDEMENT**

N° CD56

présenté par

Mme Violland, M. Marcangeli, M. Albertini, M. Alfandari, M. Benoit, Mme Carel, M. Christophe, M. Favennec-Bécot, M. Gernigon, Mme Félicie Gérard, M. Jolivet, M. Kervran, Mme Kochert, M. Lamirault, M. Larssonneur, Mme Le Hénanff, M. Lemaire, Mme Magnier, Mme Moutchou, M. Patrier-Leitus, M. Plassard, M. Portarrieu, Mme Poussier-Winsback, M. Pradal, Mme Rauch, M. Thiébaud, M. Valletoux et M. Villiers

-----

**ARTICLE UNIQUE**

À l'alinéa 2, supprimer les mots :

« lumineuse, ou supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, ou ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le présent article prévoit une interdiction de la publicité numérique et lumineuse dans l'espace public.

Ne nous leurrions pas, la réduction de consommation d'énergie que nous obtiendrons par la mise en place d'une telle mesure est très marginale, et nous agissons là sur une consommation d'énergie électrique, qui, et c'est une chance, reste largement décarbonée en France.

Mais si pris isolément, cette mesure ne contribuera pas significativement à atteindre notre objectif de -40 % de consommation d'énergie, il n'en reste pas moins que ne pas s'en servir, alors même qu'il s'agit d'un levier parmi les plus accessibles de par son acceptabilité et sa facilité de mise en œuvre, pourrait ajouter de la difficulté, notamment à faire accepter des mesures de sobriété qui sont attendues des particuliers, qui, elles, impactent directement leur quotidien et leur confort de vie (température des logements, consommation d'eau chaude, etc.).

Pour autant, l'impact environnemental d'un panneau publicitaire numérique n'est pas comparable avec celle d'une publicité éclairée. En effet, un panneau numérique consomme 7 fois plus d'énergie que les panneaux d'affichage non numériques, et soulève une problématique liée à la production des écrans numériques.

Aussi, le groupe Horizons et apparentés, s'il salue le décret pris à l'automne dernier, qui impose une extinction entre 1h et 6h du matin de ces écrans numériques sur la voie publique, propose par le

présent amendement de progresser davantage en matière de sobriété dans l'usage des écrans publicitaires, et d'interdire la publicité numérique dans l'espace public - sans pour autant impacter la publicité éclairée, dont l'impact est moindre et qui ne soulève pas les mêmes problématiques.