

ASSEMBLÉE NATIONALE
18 octobre 2024

PLF POUR 2025 - (N° 324)

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION

AMENDEMENT

N ° I-2363

présenté par

M. Guiraud, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisabeth Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-Terrenoir, M. Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 26, insérer l'article suivant:

L'article 302 *bis* MA du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Après le 2° du III, il est inséré un 3° ainsi rédigé :

« 3° La location ou la pose de panneaux publicitaires numériques. » ;

2° Le IV est complété par une phrase ainsi rédigée : « Le taux de la taxe est fixé à 10 % pour les dépenses relatives au 3° du III. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement des députés LFI-NFP prévoit taxer les panneaux publicitaires numériques, qui présentent un coût énergétique et environnemental supérieur aux panneaux publicitaires classiques.

Alors que le Haut Conseil pour le Climat rappelle que « l'alignement des politiques en place avec l'atteinte de l'objectif de neutralité carbone d'ici 2050 est actuellement insuffisant », alors que RTE classe ces écrans parmi les consommations « superflues » au même titre que l'éclairage de devantures, des panneaux publicitaires continuent d'être illuminés jour et nuit en France. Ceux-ci consomment l'énergie nécessaire pour sortir ceux qui en ont besoin de la précarité énergétique. Le tout dans un contexte où l'approvisionnement énergétique de la France s'est trouvé sous tension l'hiver dernier, où l'Etat a demandé des efforts considérables aux français pour réduire leur consommation au risque de connaître des coupures généralisée, et où près d'un tiers de nos concitoyens dit avoir souffert du froid à l'hiver 2024.

L'ADEME dénombre 55 000 panneaux publicitaires numériques contre 40 000 en 2017. Ces panneaux ont envahi les gares, les centres commerciaux, l'espace public pour le seul bénéfice des entreprises qui y diffusent leur publicité. Énergivores, polluants, reposant sur des procédés cognitifs pernicioseux, nocifs pour la rétine humaine, les écrans publicitaires sont une pollution lumineuse et visuelle à part entière. Plus que cela, il s'agit d'une pollution lumineuse et visuelle particulièrement énergivore, ce qui rend leur emploi d'autant plus contestable en période de crise énergétique. En restant inactif face à cette situation, le gouvernement s'en rend complice.

L'ADEME estime qu'un écran LCD de 2m² consomme 2 000 kWh/an, ce qui est la consommation moyenne d'un ménage français (hors chauffage) ! Dans un contexte de crise des prix de l'énergie et de risques sur l'approvisionnement, le gouvernement fait le choix de donner des leçons d'austérité à la population et multiplie les injonctions à une sobriété que les plus pauvres s'appliquent déjà, de manière contrainte. Nous proposons plutôt de s'en prendre aux dépenses énergétiques inutiles, qui ne répondent pas aux besoins immédiats qui sont les nôtres cet hiver. En avril 2024, la ville de Lyon, par exemple a fait le choix d'éteindre ses 118 panneaux installés dans les métros : la consommation annuelle de tous ces panneaux numériques est équivalente à celle d'une cinquantaine de ménages, et 30 tonnes d'émissions de dioxyde de carbone devrait ainsi être évité chaque année.

Une taxation des panneaux publicitaires lumineux permettra de sensibiliser à leur coût énergétique et donc environnemental. C'est pourquoi nous proposons de taxer l'exploitation des écrans publicitaires numériques pour limiter leur utilisation. Cette mesure viendra désinciter leur usage à outrance, tout en dégagant des recettes qui pourront être réaffectées à la rénovation thermique des bâtiments.