

Présentation du projet de loi climat et résilience en Conseil des ministres

Selon le dossier de presse du ministère de la Transition écologique, le projet de loi climat et résilience contient 69 articles organisés en 6 titres et 18 chapitres.

Le titre « consommer » comporte 12 articles portant sur l'éducation à l'environnement, la publicité, l'affichage environnemental et l'économie circulaire.

L'article 4 du projet de loi Climat et Résilience interdit dès l'entrée en vigueur du texte la publicité sur les énergies fossiles en raison de leur lien direct avec les émissions de gaz à effet de serre.

L'article 5 du projet de loi Climat et Résilience met en place des codes de bonne conduite garantis par le CSA pour que les entreprises s'engagent à faire évoluer leur publicité en prenant en compte les enjeux liés au changement climatique.

La France devient l'un des premiers pays au monde à interdire la publicité pour les énergies fossiles, en raison de leur impact sur le climat. Avec les mesures de régulation du secteur, qui seront accompagnées d'engagements volontaires, notre pays devient aussi un pionnier en matière de prise en compte par l'univers de la publicité des enjeux associés à la lutte contre le changement climatique. Cette mesure permettra de :

- Empêcher la promotion des énergies fossiles alors que notre pays est engagé sur la voie de la neutralité carbone, qui implique le passage à une énergie 100 % décarbonée ;
- Mobiliser l'ensemble des acteurs de la publicité (communicants, diffuseurs et annonceurs) pour une publicité plus responsable et accompagnant la transition écologique.

L'article 6 du projet de loi Climat et Résilience finalise le transfert aux maires et aux intercommunalités du pouvoir de police de publicité.

L'article 7 du projet de loi Climat et Résilience permet aux maires d'encadrer l'affichage publicitaire situé à l'intérieur des vitrines, notamment des écrans numériques tournés vers l'extérieur.

Proche du terrain et de ses administrés, le maire est en effet le plus à même de définir et faire respecter des réglementations pour réguler la publicité en vue de l'adapter aux différentes parties de son territoire. Cette mesure permettra :

- Aux maires de faire respecter pleinement les règles en matière de publicité, par exemple quand certains affichages ne respectent pas la loi ;
- Aux maires d'intégrer les dispositifs publicitaires en vitrine et donc la possibilité de par exemple limiter leur taille, ou de fixer des règles visant à les éteindre à certaines heures.

Le dossier de presse est disponible ici.