



15ème législature

Question N° : 38137	De M. Jean-François Parigi (Les Républicains - Seine-et-Marne)	Question écrite
Ministère interrogé > Transition écologique		Ministère attributaire > Transition écologique
Rubrique > publicité	Tête d'analyse > Dispositif « oui pub » - Filière de l'imprimerie	Analyse > Dispositif « oui pub » - Filière de l'imprimerie.
Question publiée au JO le : 13/04/2021 Question retirée le : 03/08/2021 (fin de mandat)		

Texte de la question

M. Jean-François Parigi attire l'attention de Mme la ministre de la transition écologique sur les conséquences du dispositif « Oui pub » pour les imprimeries et les magazines, prévu par le projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience. La distribution de prospectus en boîtes aux lettres est aujourd'hui une source de revenus majeure pour les imprimeries : elle représente en moyenne 50 % de leur volume d'activité. Or la filière de l'imprimerie fait partie intégrante du tissu économique et social français : entre la production et la distribution, elle représente 189 000 salariés. Elle est constituée en majorité de TPE (75 % de la filière), contribue au PIB à hauteur de 16,9 milliards d'euros et génère 1,3 milliard d'euros de recettes fiscales hors TVA. Interdire totalement la distribution de prospectus en boîtes aux lettres, c'est porter un nouveau coup à une filière déjà fragilisée : sur la seule année 2018, l'imprimerie a perdu 5 % de ses salariés. À cela s'ajoute l'importance de la publicité pour les magazines : « Oui pub » risque de déstabiliser également cette seconde activité en lui faisant supporter les coûts de production aujourd'hui portés par l'imprimé publicitaire. Par ailleurs, la loi anti-gaspillage votée en février 2020 a déjà renforcé le dispositif « stop pub ». En effet, depuis le 1er janvier 2021, le non-respect de l'autocollant stop pub est sanctionné d'une amende de 5ème classe. La loi a également interdit le dépôt d'imprimés publicitaires à visée commerciale sur les véhicules ainsi que la distribution de « *goodies* » (c'est-à-dire de cadeaux non sollicités visant à faire la promotion commerciale d'un produit). Enfin, les parlementaires ont voté l'obligation pour les prospectus publicitaires d'être imprimés sur du papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement et ce à compter du 1 janvier 2023. Dès lors, il lui demande quelles mesures le Gouvernement compte mettre en place pour soutenir la filière de l'imprimerie.