

## **ANNEXE VIII**

### **Lettre de mission**

Paris, le **16 JUL. 2024**

Le Premier ministre

à

Monsieur le chef de service de  
l'Inspection Générale de  
l'environnement et du  
développement durable,

Madame la Cheffe du service de  
l'Inspection générale des finances

Madame la Cheffe du service de  
l'Inspection générale des affaires  
culturelles

Conformément aux engagements pris dans le cadre de la planification écologique pour l'économie circulaire<sup>1</sup> et avec l'objectif d'une croissance durable, je souhaite lancer une évaluation de l'impact de la publicité sur les comportements de consommation et de l'efficacité de la régulation des communications commerciales au regard des enjeux environnementaux.

De nombreuses parties prenantes, académiques (GIEC), institutionnelles (Haut conseil pour le climat, CESE), associatives ou professionnelles (Grand défi des entreprises pour la planète), plaident pour un meilleur encadrement de la publicité ou des communications commerciales au sens large, en mettant en avant la nécessité de promouvoir des modes de consommation compatibles avec la Stratégie nationale bas carbone et nos objectifs de préservation des ressources naturelles. La publicité peut également être un levier pour engager les consommateurs sur des comportements vertueux.

Les lois « AGEC » et « Climat et résilience » ont déjà introduit des dispositifs ciblés sur quelques produits et services, mais sans bénéficier d'un retour d'expérience consolidé et d'une réflexion d'ensemble sur toutes les formes et tous les vecteurs des communications commerciales.

Dans ce contexte, je vous confie une mission ayant pour objectif de faire un bilan des actions déjà entreprises et proposer des pistes pour faire évoluer la régulation de la publicité et des communications commerciales.

La mission devra réaliser un état des lieux pour :

---

<sup>1</sup> [www.gouvernement.fr/upload/media/content/0001/06/6b9d7098fcdd567d75a3c71f22a059354b180163.pdf#page=36](http://www.gouvernement.fr/upload/media/content/0001/06/6b9d7098fcdd567d75a3c71f22a059354b180163.pdf#page=36)

## Annexe VIII

- objectiver les données disponibles sur l'impact de la publicité et des communications commerciales, et le rôle qu'elles peuvent jouer, le cas échéant, en faveur d'une consommation durable ;
- poser un bilan des mesures existantes sur l'encadrement des contenus publicitaires (interdictions, mentions obligatoires<sup>2</sup>, entreprises assujetties aux contrats climat<sup>3</sup>...), les dispositifs et moyens de régulation et de contrôle (ARCOM, DGCCRF, Autorité pour la régulation professionnelle de la publicité) ainsi que les initiatives volontaires des professionnels (engagements des acteurs de la Filière Communication). Vous prendrez en compte l'asymétrie entre les différents supports et vecteurs publicitaires. Vous analyserez la difficulté éventuelle à réguler les acteurs établis à l'étranger et les plateformes numériques, qui font en outre l'objet de règles spécifiques.

Sur la base de cette analyse, la mission pourra ensuite formuler des propositions visant à mieux qualifier les impacts et, de façon proportionnée, à mieux encadrer les publicités et pratiques commerciales sur les produits ou services ayant un fort impact négatif sur l'environnement, promouvoir les produits et services ainsi que les modes de vie et comportements vertueux. Au contraire la mission pourra remettre en cause, certains dispositifs actuels qui n'auraient pas fait la preuve de leur efficacité.

Elle pourra, si nécessaire, proposer des évolutions des objectifs, périmètres de compétences et pouvoirs des organismes en charge du contrôle de la publicité. Vous évalueriez et tiendrez compte de l'impact de ces différentes pistes sur les secteurs économiques de la communication et de la publicité, ainsi que sur les différentes activités économiques qui en dépendent (notamment les médias, qui contribuent au financement de l'information et de la création). Vous évalueriez en outre l'impact éventuel de ces différentes pistes sur la créativité des créateurs et producteurs de contenus.

Vous prendrez également en compte l'enjeu de simplicité et de lisibilité des règles applicables, en évitant les effets d'empilement normatif et de surtransposition du cadre européen actuel ou en discussion. L'acceptabilité sociale et l'efficacité économique d'une régulation accrue du secteur devra également être évaluée.

En complément de ces travaux transverses, vous proposerez des focus sectoriels sur les enjeux de régulation de la publicité et des communications commerciales dans les secteurs présentant des enjeux environnementaux et sanitaires significatifs. En particulier :

- la mode éphémère (fast fashion), en lien avec l'actualité législative et les pouvoirs dont dispose déjà la DGCCRF en la matière ;
- l'alimentation, notamment sur la publicité à destination des enfants, en lien avec les travaux préparatoires de la stratégie nationale alimentation, nutrition et climat (SNANC) ;

---

<sup>2</sup> Rapport *Publicité et transition écologique*, de G Guibert et Thierry Libaert ([www.vie-publique.fr/files/rapport/pdf/274683.pdf](http://www.vie-publique.fr/files/rapport/pdf/274683.pdf)).

<sup>3</sup> un Rapport sur la mise en place des codes de bonne conduite et sur leur efficacité pour réduire de manière significative les communications commerciales audiovisuelles relatives à des biens et services ayant un impact négatif sur l'environnement a été établi sous le pilotage du CGDD et transmis au Parlement.

## Annexe VIII

- les transports et le tourisme, au regard de leur place dans l'empreinte carbone de la consommation sur les différents segments ;
- l'énergie.

Vous bénéficierez du concours des services et opérateurs de l'État concernés, en particulier le SGPE, la DGCCRF, la DGE, la DG Trésor, la DGAL, la DGMIC, le CGDD et l'ADEME. Vous pourrez prendre tout contact utile auprès des parties prenantes concernées.

Votre rapport final devra m'être remis dans 4 mois.

Je vous remercie pour votre engagement dans la conduite de cette réflexion complexe, et vous prie de croire, Mesdames, Monsieur, en l'assurance de ma considération distinguée.



Gabriel ATTAL