

TL PROPOSITION C2.2 : RÉGULER LA PUBLICITÉ POUR LIMITER FORTEMENT LES INCITATIONS QUOTIDIENNES ET NON-CHOISIES À LA CONSOMMATION

Nous considérons que la surexposition publicitaire n'est pas compatible avec les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'au moins 40 % d'ici 2030. En effet, il semble également difficile de consommer moins lorsque les incitations à la consommation, à tous les âges et sans en avoir le choix, sont aussi présentes dans la vie quotidienne.

Nous ne proposons pas pour autant la suppression de la publicité. Celle-ci génère effectivement des recettes importantes pour de nombreux acteurs économiques dont c'est le modèle économique. En revanche, nous proposons que l'exposition publicitaire soit voulue par les individus.

Pour ce faire, nous proposons de :

Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs, hors information locale et culturelle ainsi que les panneaux indiquant la localisation d'un lieu de distribution. La régulation de la publicité doit se faire concernant l'affichage et en particulier sur les affichages avec écran vidéo : DOOH (Digital Out Of Home). Les écrans vidéo publicitaires envahissent notre quotidien et les citoyens se trouvent ainsi soumis à une pression publicitaire croissante synonyme avec ce media de gaspillage d'énergie et de ressources et de pollution lumineuse. Nous proposons l'interdiction de ces écrans dans l'espace public, les transports en commun et dans les points de vente ;

Limiter les publicités sur l'espace numérique en :

- Donnant systématiquement le choix au consommateur pour les contenus en accès limité entre un service payant sans publicité et un service gratuit avec publicité ;
- Imposant aux navigateurs internet la mise en place d'un bloqueur de publicité par défaut.

Interdiction du dépôt de toute publicité dans les boîtes à lettres, à partir de janvier 2021 ;

Interdire les avions publicitaires ;

Appliquer strictement l'article 9 de la recommandation «développement durable» de l'ARPP en interdisant les publicités incitant, directement ou indirectement, à des modes de consommation excessifs ou au gaspillage d'énergie et des ressources naturelles. Plus particulièrement cette interdiction concerne les publicités comprenant les éléments suivants :

- La vente par lot ;
- La réduction de prix ;
- Les soldes.

Toutefois, nous précisons que nous avons conscience que pour certains ménages, les réductions, ventes par lot ou encore soldes, sont des moyens de réduire leurs dépenses et ainsi d'avoir un meilleur confort de vie. Aussi, dans un esprit de justice sociale, notre proposition ne vise pas à interdire ces pratiques de vente mais à en interdire la publicité : tout un chacun pourra consommer librement en magasin où l'information sera donnée ;

Interdire la distribution automatique d'échantillons pour la remplacer par une distribution sur demande et en donnant la possibilité aux consommateurs d'utiliser leurs propres contenants ;

Interdire le gain dans les jeux télévisés, radiophoniques, internet et autres tombolas, de produits fortement émetteurs de gaz à effet de serre (d'après leur CO₂-score).

PROPOSITION C2.3 : METTRE EN PLACE DES MENTIONS POUR INCITER À MOINS CONSOMMER

Pour certains produits ou usages (exemple : tabac, alcool, sécurité routière, produits gras, salés ou sucrés, etc.), des mentions viennent informer les consommateurs sur leur dangerosité. Considérant la surconsommation comme un danger pour notre planète, nous proposons d'instaurer ce type de mention afin d'inciter le consommateur à réfléchir à ses besoins avant l'acte d'achat.