



N° 601

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

DIX-SEPTIÈME LÉGISLATURE

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 19 novembre 2024.

## PROPOSITION DE LOI

*visant à garantir le droit d'accès du public aux informations relatives aux enjeux environnementaux et de durabilité,*

(Renvoyée à la commission des affaires culturelles et de l'éducation, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par

M. Stéphane DELAUTRETTE, M. Erwan BALANANT, M. Édouard BÉNARD, Mme Fatiha KELOUA HACHI, M. Maxime LAISNEY, Mme Sandrine LE FEUR, M. Laurent PANIFOUS, Mme Sophie TAILLÉ-POLIAN, M. David TAUPIAC, Mme Anne-Cécile VIOLLAND, Mme Marie-José ALLEMAND, M. Pouria AMIRSHAHI, Mme Clémentine AUTAIN, M. Fabrice BARUSSEAU, Mme Delphine BATHO, Mme Marie-Noëlle BATTISTEL, Mme Béatrice BELLAMY, Mme Béatrice BELLAY, M. Philippe BOLO, M. Mickaël BOULOUX, M. Elie CALIFER, Mme Eléonore CAROIT, M. Michel CASTELLANI, M. Paul CHRISTOPHLE, M. Alexis CORBIÈRE, M. Pierrick COURBON, M. Alain DAVID, Mme Fanny DOMBRE COSTE, M. Inaki ECHANIZ, M. Romain ESKENAZI, M. Olivier FALORNI, M. Olivier FAURE, M. Denis FÉGNÉ, M. Charles FOURNIER, M. Moerani FRÉBAULT, Mme Martine FROGER, M. Jean-Luc

FUGIT, M. Julien GOKEL, Mme Pascale GOT, M. Emmanuel GRÉGOIRE, M. David GUERIN, M. Steevy GUSTAVE, M. Stéphane HABLOT, Mme Ayda HADIZADEH, Mme Céline HERVIEU, Mme Chantal JOURDAN, Mme Marietta KARAMANLI, Mme Julie LAERNOES, Mme Karine LEBON, Mme Élise LEMBOUCHER, M. Laurent LHARDIT, Mme Delphine LINGEMANN, Mme Marianne MAXIMI, Mme Estelle MERCIER, M. Philippe NAILLET, M. Jimmy PAHUN, Mme Sophie PANTEL, M. Marc PENA, M. Sébastien PEYTAVIE, Mme Anna PIC, Mme Christine PIRÈS BEAUNE, Mme Béatrice PIRON, Mme Marie POCHON, M. Dominique POTIER, M. Jean-Claude RAUX, Mme Mereana REID ARBELOT, M. Xavier ROSEREN, Mme Claudia ROUAUX, Mme Sandrine RUNEL, Mme Isabelle SANTIAGO, Mme Eva SAS, Mme Violette SPILLEBOUT, M. Boris TAVERNIER, Mme Céline THIÉBAULT-MARTINEZ, M. Frédéric VALLETOUX, M. Roger VICOT,

députés et députées.

## EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

L'urgence écologique est à notre porte. Les phénomènes météorologiques extrêmes gagnent en nombre et en intensité sous l'effet du dérèglement climatique, alors même que nous enregistrons déjà des températures supérieures de 1,1° C par rapport à la période préindustrielle. Les niveaux de température de la décennie 2011-2020 ont atteint des records historiques, de même que la concentration de gaz à effet de serre dans l'atmosphère. Avec l'accélération du dérèglement climatique, nous sommes toutes et tous directement confrontés jusque dans notre quotidien à ses conséquences parfois dramatiques.

À l'été 2022, l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) évaluait ainsi à 11 000 la surmortalité en France entre le 1<sup>er</sup> juin et le 22 août par rapport à la même période en 2019, vraisemblablement liée aux vagues de chaleur successives. À l'automne, près d'un tiers des nappes phréatiques ont connu un abaissement alarmant au regard des normales saisonnières, en particulier sur la côte méditerranéenne, dans le couloir Rhône-Saône, dans le sud Alsace et dans le bassin Parisien <sup>(1)</sup>. De même, l'hiver suivant a été marqué par des crues historiques dans le Pas-de-Calais, dont le bilan matériel est estimé dans le projet de loi de finances 2024 à environ 1,3 milliards d'euros. Durant l'été 2023, 5 000 personnes sont décédées du fait de la chaleur d'après le bilan de Santé Publique France <sup>(2)</sup>. Dans le Grand Ouest, en mars 2024, le passage de la dépression Nelson a déclenché des vents violents occasionnant d'importants dégâts sur les habitations comme sur les infrastructures. Ceci n'est qu'un aperçu de la liste des bouleversements en cours, liés aux crises écologiques.

Dans le même temps, seuls 11 % des Français se déclarent « tout à fait » informés sur le changement climatique et ses conséquences. L'édition 2022 de l'étude « Fractures Françaises » (Ipsos-Sopra Steria) révèle que si 90 % des Français considèrent que « nous sommes en train de vivre un changement climatique », 39 % doutent encore de l'origine anthropique de cette crise. Il existe pourtant un consensus scientifique mondial sur cette question. De plus, le rapport de l'Arcom sur « Les

---

(1) BRGM / Direction Environnement, Procédés et Analyses (décembre 2023), Bulletin de situation des nappes d'eau souterraine au 1<sup>er</sup> décembre 2023.

(2) Santé Publique France, Bilan canicule et santé : un été 2023 marqué par 4 épisodes de canicule, avec un impact sanitaire important.

Français et l’information » (mars 2024) indique que la thématique “environnement, climat, écologie” apparaît comme le deuxième centre d’intérêt des Français tout en figurant parmi les sujets pour lesquels ils se sentent le moins bien informés<sup>(3)</sup>. Il y a donc un enjeu spécifique à informer davantage et mieux.

L’accès aux informations en matière d’environnement et de durabilité est pourtant un droit à valeur constitutionnelle inscrit dans la Charte de l’Environnement. Il convient aujourd’hui de le traduire dans la loi afin de concrétiser le droit pour les citoyens d’accéder à une information de qualité de façon universelle, c’est-à-dire dans l’ensemble du paysage médiatique.

Face au défi que représentent l’atténuation et l’adaptation au changement climatique, il est urgent que le traitement médiatique des enjeux écologiques progresse. C’est le sens de la démarche des auteurs de cette proposition de loi, qui ont participé le 19 juillet 2023 au lancement du groupe de travail transpartisan relatif au traitement médiatique de l’urgence écologique. Initié sous la XVI<sup>e</sup> législature par des parlementaires issus de 8 groupes politiques représentés à l’Assemblée nationale, le groupe de travail a mené une série d’auditions afin d’interroger les différents acteurs concernés sur les opportunités d’interventions législatives : représentants des syndicats, scientifiques, réseaux d’experts, journalistes spécialisés, groupes audiovisuels publics et privés, ONG, associations, autorités de régulation et organismes d’autorégulation. En s’inspirant des propositions portées conjointement par l’association QuotaClimat et l’Institut Rousseau, ce travail a donné lieu à une série de préconisations dont ce texte de loi traduit les orientations dans le domaine législatif.

Les efforts considérables que demande la transition écologique nécessitent en effet que chacune et chacun d’entre nous en appréhendent pleinement les causes, les constats, les conséquences et les solutions pour y faire face, afin de s’en emparer à toutes les échelles. Car si les montants globaux requis restent à préciser en fonction des secteurs, les besoins en financements publics et privés sont considérables, estimés entre 2 % et 4 % du PIB. Dans leur rapport relatif aux incidences économiques de l’action pour le climat, Jean Pisani-Ferry et Selma Mahfouz considèrent que l’ensemble de ces investissements représentent un montant global de 66 milliards par an jusqu’en 2030. Face au coût exorbitant de l’inaction, la nécessité d’agir n’est plus à démontrer.

---

(3) Arcom, Direction des études, de l’économie et de la prospective, « Les Français et l’information », rapport détaillé (mars 2024).

Dans cette perspective, les médias ont une grande responsabilité dans la communication des informations d'intérêt public sur les enjeux environnementaux et sur les enjeux de durabilité. Ils favorisent la compréhension de ceux-ci comme celle des ordres de grandeur associés, l'adoption de comportements pro-environnementaux mais aussi l'acceptabilité sociale de solutions contraignantes. Le GIEC souligne en particulier que : « *Les médias peuvent avoir un impact significatif pour faire progresser la conscience climatique et la légitimité des actions engagées. Ils cadrent et transmettent les informations sur le changement climatique, ils ont un rôle crucial dans la perception qu'en a le public, sa compréhension et sa volonté d'agir* ».

À cet égard, le traitement médiatique des enjeux écologiques et de durabilité a considérablement progressé dans les différents types de médias depuis les années 1990, en termes de quantité des contenus comme en termes de qualité de l'information. Cependant, pour diverses raisons qui tiennent notamment à l'évolution de la structure du marché de l'information, ce mouvement connaît aujourd'hui un coup d'arrêt. Ainsi, pendant la campagne des élections présidentielle de 2022, on constate que seulement 3,6 % des contenus médiatiques étaient consacrés aux questions climatiques <sup>(4)</sup>. Si l'on estime que l'urgence écologique représente un enjeu de survie pour nos sociétés, alors il convient de porter cette problématique à sa juste place dans le débat public.

De ce point de vue, l'épisode caniculaire et les feux de forêt géants de juin 2022 ont marqué une véritable prise de conscience chez une partie des professionnels des médias, qui ont approfondi leurs démarches aux travers de nouveaux engagements volontaires. Entre autres exemples, Radio France annonçait en septembre 2022 son « tournant » écologique, engageant à la fois un plan de formation des journalistes, la transformation des contenus éditoriaux et publicitaires et l'amélioration de la performance écologique interne. Le 14 septembre 2022, la publication de la Charte « Pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique » a été soutenue par plus de 1 500 journalistes et 120 rédactions, attestant ainsi d'une tendance de fond dans la sphère médiatique. Ces démarches sont emblématiques et témoignent plus largement d'un changement récent dans le regard que portent les professionnels du secteur sur l'urgence écologique.

---

(4) Margaux Lacroux et Alice Clair, (2022, 08 avril), *Présidentielle : le climat n'a occupé que 3,6% du temps médiatique ces deux derniers mois*, Libération, avril 2022.

S'il faut saluer les efforts de nombreux médias publics et privés en faveur d'un traitement médiatique à la hauteur des enjeux, force est de constater que la logique des engagements volontaires qui a prévalu jusqu'alors est insatisfaisante à plusieurs égards : sans indicateurs de suivi, d'évaluation et de contrôle, les actions menées manquent de régularité et varient en fonction des préoccupations ponctuelles qui orientent la programmation. Il convient donc de compléter les prérogatives de l'Arcom et de conforter ses missions dans le suivi et le contrôle des engagements des médias. Par ailleurs, cette logique des engagements volontaires favorise l'accroissement des disparités qui existent déjà entre les rédactions, participant ainsi d'une certaine forme de polarisation de l'espace du débat public.

Selon la même logique, il convient également de modifier les modalités d'application du dispositif des « contrats climats ». Instaurés par la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite Climat et Résilience, ces contrats se donnent pour objectif de lutter contre les publicités défavorables à l'environnement et les communications commerciales trompeuses. Il s'agit ici de renforcer leur dimension opérationnelle. En effet, selon le rapport d'évaluation de l'efficacité des contrats climat, publié par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) en juin 2024, seuls 33 % des entreprises assujetties au dispositif ont soumis un bilan pour l'exercice 2022 <sup>(5)</sup>. En outre, la plupart des dispositions contenues dans les contrats souscrits sont peu ambitieuses ou renvoient à des mesures réglementaires. Il en résulte d'importantes problématiques de cohérence entre le message porté dans certains contenus médiatiques sur les enjeux environnementaux et de durabilité d'une part – et d'autre part la promotion de biens et de services incompatibles avec notre trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre. Face à ce constat, il semble nécessaire de rendre obligatoires et opposables les contrats climat pour toutes les entreprises assujetties, qui devront chaque année soumettre un bilan aux pouvoirs publics, contenant des indicateurs de suivi de leurs engagements devant répondre aux deux objectifs des contrats. Il s'agit d'un prérequis pour donner une nouvelle impulsion au mouvement de verdissement de la publicité amorcé par la loi dite climat et résilience

---

(5) Arcom. Rapport d'évaluation de l'efficacité des contrats climat. Juin 2024. <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2024-06/Arcom-rapport-evaluation-efficacite-des-contrats-climat-premier-etat-des-lieux-exercice-2022.pdf>

Plus largement, il est indispensable que l'ensemble des médias s'emparent de cette vision transversale des problématiques climatiques et environnementales afin d'organiser un débat public honnête et impartial, qui repose sur l'état de la connaissance scientifique. Les journalistes jouent, de ce point de vue, un rôle crucial dans la médiation de l'information avec le public, afin de réaffirmer la réalité des phénomènes. Aussi convient-il de compléter la charte déontologique des sociétés éditrices de presse et audiovisuelles par une prise en compte particulière du traitement des enjeux écologiques dans les médias.

En application de l'article 34 de la Constitution, la loi fixe les règles concernant « la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias ». La présente proposition de loi a pour objet de réguler le traitement médiatique des enjeux climatiques et de durabilité tant pour les médias audiovisuels (articles 1<sup>er</sup>, 3, 4 et 5), que pour les médias dans leur ensemble (article 6), qu'ils soient imprimés ou diffusés sur les plateformes en ligne (article 7) afin d'assurer la quantité, la qualité et l'honnêteté de l'information délivrée à la population au moyen d'un observatoire dédié (article 2), dans le respect le plus strict du principe de liberté de la presse.

L'**article 1<sup>er</sup>** explicite et renforce la mission de l'Arcom de protection de l'environnement.

Il souligne la nécessité d'information sur les enjeux environnementaux. Les dispositions législatives actuellement en vigueur ne fournissent pas à l'Arcom un cadre suffisant pour inciter les médias audiovisuels à délivrer une information de qualité sur les enjeux écologiques, conformément au droit d'accès aux informations relatives à l'environnement garanti par l'article 7 de la Charte de l'environnement. À ce jour, ce principe ne se traduit par aucune disposition législative concrète.

Cet article a donc pour objectifs :

– De renforcer le cadre de la mission « cohésion sociale » de l'Arcom, dans son volet développement durable, en intervenant sur le service public d'information sur l'écologie, en intégrant les enjeux environnementaux à la déontologie des médias, en garantissant un traitement adapté en qualité et quantité lors des campagnes électorales et en renforçant sa vigilance à la diffusion de fausses informations concernant les questions écologiques.

– D'élargir la compétence des comités d'éthique introduits en 2016, dont l'Arcom supervise la mise en place et le fonctionnement au sein des médias en y intégrant la lutte contre la désinformation sur la contradiction

ou la minimisation de l'existence de la crise écologique et de son origine anthropique dans le domaine de la communication audiovisuelle.

– D'inclure dans les conventions que les chaînes de télévision et les radios concluent avec l'Arcom des volumes horaires dédiés aux enjeux environnementaux.

L'**article 2** crée un Observatoire de la couverture médiatique de la crise écologique.

Pour assurer le suivi des objectifs définis à l'article premier, un observatoire est créé auprès de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, dont les missions consistent à analyser et quantifier les contenus relatifs au traitement médiatique de la question écologique, en y associant les acteurs de l'écosystème et des représentants de la communauté scientifique.

L'**article 3** donne à l'Arcom la compétence d'établir des règles temporaires de production, de programmation et de diffusion sur les enjeux écologiques en période électorale.

Face aux carences quantitatives persistantes observées dans le traitement médiatique des enjeux environnementaux et de durabilité en période électorale - et malgré l'intérêt et les attentes du public pour les thématiques environnementales - il convient de permettre à l'Arcom de fixer des règles spécifiques en période électorale, adaptées à chaque échéance et à chaque type de médias, afin de garantir qu'une proportion minimum de contenus soient dédiés aux enjeux environnementaux et de durabilité. En 2022, la crise écologique a occupé entre 1 et 5 % de la couverture médiatique pendant la période présidentielle, d'après le baromètre de l'Affaire du siècle. En 2024, entre janvier et juin la couverture de ces enjeux a été divisée par deux pour occuper moins de 2 % de la couverture globale informationnelle pendant les élections législatives, selon le baromètre des associations QuotaClimat et Data For Good.

L'**article 4** définit la mission du service public de l'audiovisuel concernant l'information sur la crise écologique.

La mission actuelle de France Télévisions et Arte sur l'environnement et le développement durable est précisée pour intégrer les enjeux environnementaux. Une mission identique est explicitement dévolue à Radio France. L'audiovisuel public présente en effet un enjeu d'exemplarité afin d'assurer la crédibilité des prescriptions sur le privé.



L'**article 5** rend obligatoires les « contrats climat ».

Prévus par la loi climat et résilience, les contrats climat sont des dispositifs actuellement basés sur le volontariat. Ils visent à réduire le volume de communications commerciales relatives à des produits ou des services ayant un impact négatif sur l'environnement, ainsi qu'à favoriser la transparence de la publicité et l'engagement des annonceurs, médias, plateformes, agences et régies pour la transition écologique. Cependant, les engagements pris sont peu ambitieux et la majorité des entreprises assujetties ne participent pas au dispositif. Face à ce constat, il est nécessaire de rendre obligatoires et opposables les contrats climat pour toutes les entreprises assujetties. Elles devront chaque année soumettre un bilan aux pouvoirs publics, contenant des indicateurs de suivi de leurs engagements devant répondre aux deux objectifs des contrats.

L'**article 6** ajoute ou complète un volet au sein des chartes déontologiques des entreprises ou sociétés éditrices de presse ou audiovisuelles afin d'assurer une couverture équilibrée et homogène des enjeux écologiques, quel que soit le média.

Cet ajout suggère que les éditeurs de presse, par exemple, traitent les enjeux environnementaux et la justice sociale de manière transversale avec l'actualité courante, qu'ils fassent preuve de pédagogie en expliquant les causes, les conséquences et les solutions des crises écologiques, qu'ils donnent des éléments de comparaison ou des ordres de grandeurs adéquats afin de faciliter la compréhension des enjeux ou encore qu'ils offrent à leurs employés la possibilité de se former en continu sur ces sujets.

L'**article 7** renforce les moyens d'investigation de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique pour le suivi des dispositions applicables aux plateformes en ligne dans le cadre du devoir de coopération en matière de lutte contre la diffusion de fausses informations, en s'appuyant sur les récentes évolutions du droit européen (*Digital Services Act*) et en y intégrant les enjeux écologiques.

Le développement des grandes plateformes de services numériques a conduit l'Union européenne à adopter le Digital services act (DSA) le 4 octobre 2022, pour application en février 2024. S'il ne cite jamais la désinformation en matière d'enjeux écologiques, il se réfère à la Charte des droits fondamentaux dont l'article 37 stipule qu'« un niveau élevé de protection de l'environnement et l'amélioration de sa qualité doivent être intégrés dans les politiques de l'Union et assurés conformément au principe du développement durable ». Concernant les actions contre les contenus

illicites (article 8), le règlement autorise les autorités judiciaires ou administratives nationales compétentes à agir sur la base « du droit de l'Union ou du droit national conforme au droit de l'Union applicable », les dotant par là-même d'un pouvoir de subsidiarité.

## PROPOSITION DE LOI

### Article 1<sup>er</sup>

- ① La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifiée :
- ② 1° Après le cinquième alinéa de l'article 3-1, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :
- ③ « L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique assure la protection de l'environnement dans le domaine de la communication audiovisuelle et numérique. À cette fin, elle veille à ce que la programmation reflète l'état des connaissances scientifiques concernant les enjeux environnementaux, singulièrement l'origine anthropique du dérèglement climatique, ainsi que la nécessité d'agir reconnue par les engagements internationaux dont la France est signataire. » ;
- ④ 2° L'article 16 est complété par un alinéa ainsi rédigé :
- ⑤ « L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique s'assure du traitement adapté des enjeux environnementaux en termes qualitatif et quantitatif dans les programmes des sociétés mentionnées à l'article 44. » ;
- ⑥ 3° Après l'article 20-1 A, il est inséré un article 20-1 B ainsi rédigé :
- ⑦ « *Art. 20-1 B.* – Les sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44, les services de télévision à caractère national, les services de radio appartenant à un réseau de diffusion à caractère national ainsi que les éditeurs de services de radio ou de télévision privés, diffusés par voie hertzienne terrestre, contribuent à la protection de l'environnement et à la lutte contre le dérèglement climatique, en traitant les causes des crises environnementales, leurs effets et les solutions pouvant être mises en œuvre. Elles se dotent d'objectifs qualitatifs annuels concernant la couverture des enjeux écologiques. L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique précise par une délibération les conditions de définition de ces objectifs conformément à l'état des connaissances scientifiques sur les enjeux environnementaux ; en particulier l'existence du dérèglement climatique et son origine anthropique. Elle définit également les conditions d'un traitement proportionné de ces enjeux, inclus dans les objectifs qualitatifs.

- ⑧ « Ces sociétés fournissent à l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique des indicateurs de suivi et d’évaluation de leurs objectifs sur la représentation de ces enjeux au sein de leurs programmes. Ces informations donnent lieu à une publication annuelle portée à l’attention du Premier ministre et du Parlement. Ce rapport est rendu public.
- ⑨ « Les modalités de suivi de ces objectifs sont fixées par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, après consultation des services mentionnés au premier alinéa du présent article. » ;
- ⑩ 4° L’article 28 est ainsi modifié :
- ⑪ a) Après le 17°, il est inséré un 18° ainsi rédigé :
- ⑫ « 18° La diffusion de programmes relatifs aux crises environnementales, leurs causes, leurs effets, leurs conséquences, et les solutions pouvant être mises en œuvre. Ces programmes font l’objet d’un volume horaire dédié afin d’assurer les objectifs qualitatifs mentionnés dans l’article 20-1 B. » ;
- ⑬ b) Au trente-troisième alinéa, les mots : « au troisième alinéa » sont remplacés par les mots : « aux troisième, quatrième, cinquième et sixième alinéas ».
- ⑭ 5° L’article 30-8 est ainsi modifié :
- ⑮ a) À la deuxième phrase du premier alinéa, les mots : « au troisième alinéa » sont remplacés par les mots : « aux troisième, quatrième, cinquième et sixième alinéas » ;
- ⑯ b) À la fin, il est ajouté un alinéa ainsi rédigé :
- ⑰ « Un indicateur de l’activité du comité susmentionné est mis en place par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique. Il accorde une importance particulière à l’honnêteté du traitement des enjeux environnementaux. » ;
- ⑱ 6° Au huitième alinéa de l’article 33-1, les mots : « au troisième alinéa » sont remplacés par les mots : « aux troisième, quatrième, cinquième et sixième alinéas ».

## Article 2

- ① Après l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un article 3-1-1 ainsi rédigé :
- ② « *Art. 3-1-1.* – Il est placé auprès de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, un Observatoire national de la couverture médiatique des enjeux environnementaux.
- ③ « L'Observatoire national de la couverture médiatique des enjeux environnementaux est chargé de produire, collecter et diffuser de manière impartiale des données objectives, informations, études et recherches sur la place accordée aux contenus et programmes relatifs aux enjeux environnementaux.
- ④ « L'Observatoire national de la couverture médiatique des enjeux environnementaux appuie l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique dans la réalisation des missions mentionnées à l'article 20-1-B. Il peut formuler des recommandations sur les mesures à prendre pour renforcer la prise en compte des enjeux environnementaux dans les médias.
- ⑤ « Le siège, la composition, les modes de désignation des membres et les règles de fonctionnement de l'Observatoire sont fixés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique dont elle assure le secrétariat. »

## Article 3

- ① Après l'article 16-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un article 16-2 ainsi rédigé :
- ② « *Art. 16-2.* – L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des communications relatives aux enjeux environnementaux pour la durée des campagnes électorales. Ces règles permettent à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique d'imposer une proportion minimale des communications traitant de façon directe ou indirecte de ces enjeux.
- ③ « Les prestations fournies à ce titre font l'objet de dispositions insérées dans les cahiers des charges et les conventions. »

#### Article 4

- ① Après le deuxième alinéa de l'article 43-11 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :
- ② « Elles informent le public des réalités et des enjeux liés à l'environnement, et proposent, encouragent et promeuvent des modes de vie, de consommation et de production compatibles avec les stratégies nationales prévues par l'article L. 222-1 B du code de l'environnement et l'article 6 de la convention sur la diversité biologique, adoptée lors du sommet de la Terre à Rio de Janeiro et signée le 5 juin 1992. Elles contribuent à lutter contre la désinformation de ces enjeux dans l'espace public. »

#### Article 5

- ① I. – L'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifié :
- ② 1° À la première phrase du quatrième alinéa, les mots : « codes de bonne conduite » sont remplacés par les mots : « règlements » ;
- ③ 2° Le cinquième alinéa est ainsi modifié :
- ④ a) La première phrase est ainsi modifiée :
- ⑤ – les mots : « promeut en outre » sont remplacés par les mots : « veille au respect de la mise en œuvre » ;
- ⑥ – les mots : « codes de bonne conduite » sont remplacés par les mots : « règlements » ;
- ⑦ b) À la deuxième phrase, les mots : « codes de bonne conduite » sont remplacés par les mots : « règlements » ;
- ⑧ 3° L'avant-dernier alinéa est ainsi modifié :
- ⑨ a) Les mots : « codes de bonne conduite » sont remplacés par les mots : « règlements » ;
- ⑩ b) À la fin, sont ajoutées deux phrases ainsi rédigées : « Ces entreprises assujetties ont l'obligation de se déclarer auprès de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique et de souscrire

un contrat climat dans lequel elles s'engagent à respecter les objectifs qu'elles fixent. Ces contrats sont renégociés chaque année avec l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique. » ;

- ⑪ c) À la fin, il est ajouté un alinéa ainsi rédigé :
- ⑫ « En cas d'absence de souscription d'un contrat climat ou de non-respect des objectifs, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique peut être saisie selon les conditions définies par la loi n° 2021-1382 du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique. Elle peut également s'auto-saisir. Lorsque le contrat n'est pas signé, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique peut sanctionner le manquement à la signature d'une amende d'un montant maximal de 1 000 euros par jour. En cas de non-respect des objectifs, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique met en demeure l'entreprise de s'y conformer dans un délai raisonnable. Au terme de ce délai, et après une procédure contradictoire, elle peut sanctionner le manquement d'une amende d'un montant maximal de 1 000 000 d'euros. Un décret en Conseil d'État précise les conditions de mise en œuvre de cet article. » ;
- ⑬ 4° Au dernier alinéa, les mots : « codes de bonne conduite » sont remplacés par les mots : « règlements ».
- ⑭ II. – L'article L. 229-67 du code de l'environnement est ainsi modifié :
- ⑮ 1° Après le premier alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :
- ⑯ « Les entreprises ou sociétés audiovisuelles, diffuseuses de publicité concernant les biens et services des entreprises mentionnées au premier alinéa et dont les recettes publicitaires sont supérieures ou égales à 1 000 000 d'euros par an, doivent souscrire un contrat climat sectoriel ou transversal, tel que défini à l'article R. 229-126 du présent code. » ;
- ⑰ 2° Au deuxième alinéa, les mots : « au premier alinéa » sont remplacés par les mots : « aux deux premiers alinéas ».

## Article 6

- ① L'article 2 *bis* de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse est complété par deux alinéas ainsi rédigés :

- ② « Dans un délai de trois mois suivant la promulgation de la loi n° du visant à garantir le droit d'accès du public aux informations relatives aux enjeux environnementaux et de durabilité, les entreprises ou les sociétés éditrices de presse ou audiovisuelles veillent à ce que leur charte déontologique intègre des pratiques éditoriales adaptées pour garantir une couverture médiatique conséquente, qualitative et transversale des enjeux environnementaux.
- ③ « Les modifications de la charte sont rendues publiques et visibles sur le site de l'entreprise ou de la société éditrice de presse ou audiovisuelle. À défaut d'une actualisation de leur charte dans les délais susmentionnés, et jusqu'à l'adaptation de celle-ci, les déclarations et les usages professionnels relatifs à la profession de journaliste peuvent être invoqués en cas de litige. »

### **Article 7**

- ① La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifiée :
- ② 1° Au deuxième alinéa de l'article 60, après le chiffre : « 15 », sont ajoutés les mots « et de l'article 17-2 » ;
- ③ 2° L'article 61 est complété par un alinéa ainsi rédigé :
- ④ « L'Observatoire national de la couverture médiatique des enjeux environnementaux mentionné à l'article 3-1-1 appuie l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique dans sa mission de lutte contre la désinformation sur les enjeux environnementaux sur les plateformes en ligne. Le bilan des actions des opérateurs de plateformes en ligne est inséré au rapport mentionné à l'article 20-1-B à l'attention du Premier ministre et du Parlement. L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique fixe les conditions d'application du présent article, en concertation avec les opérateurs de plateformes en ligne, au sens de l'article L.111-7 du code de la consommation. »

### **Article 8**

La charge pour l'État est compensée à due concurrence par la majoration de l'accise sur les tabacs prévue au chapitre IV du titre I<sup>er</sup> du livre III du code des impositions sur les biens et services.



