ASSEMBLÉE NATIONALE

20 novembre 2009

GRAND PARIS - (n° 2068)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 129

présenté par
M. Albarello et M. Bénisti

ARTICLE 18

Substituer à l'alinéa 13 les deux alinéas suivants :

« VI. – Les règles de publicité et de communication définies aux articles L. 2121-24 et L. 2121-26 du code général des collectivités territoriales sont applicables aux contrats de développement territorial.

« VII. – Un décret en Conseil d'État précise les conditions d'application du présent article. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à permettre au Parlement, conformément à son rôle constitutionnel, d'exercer pleinement sa compétence législative. Il lui revient en effet de définir lui-même le socle fondamental des règles de publicité qui seront applicables aux contrats de développement territorial, plutôt que de renvoyer cette tâche, juridiquement essentielle, au seul pouvoir réglementaire.

L'amendement tend donc à garantir dans la loi que tout contrat de développement territorial (CDT) fera l'objet d'une publicité suffisante sur le territoire des communes concernées, afin que les citoyens puissent en prendre connaissance.

En effet, en l'état actuel de sa rédaction, le projet de loi renvoie la définition du régime de publicité à un décret en Conseil d'Etat. Cette solution n'est pas opportune, car elle laisser planer un doute quant à la possibilité pour le pouvoir réglementaire d'instituer un régime publicitaire dérogatoire, éventuellement moins transparent que le droit commun. L'affirmation dans la loi du principe d'une publicité substantielle, alignée sur celle prévue par le code général des collectivités territoriales pour certaines délibérations à caractère économique des conseils municipaux (article L. 2121-24 du code général des collectivités territoriales), constitue donc une exigence juridique et démocratique importante.

La rédaction proposée par cet amendement n'exclue pas pour autant la possibilité, pour le pouvoir réglementaire, d'aller plus loin dans la transparence et de prévoir des mesures complémentaires de publicité, telles que la mise en ligne des documents sur Internet – la référence au décret en Conseil d'Etat étant maintenue pour la fixation des conditions d'application de l'ensemble de l'article.