

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 avril 2010

ENGAGEMENT NATIONAL POUR L'ENVIRONNEMENT - (n° 2449)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 50 Rect.

présenté par
M. Gest-----
ARTICLE 15 QUATER

À la dernière phrase de l'alinéa 32, substituer aux mots :

« pour les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie, ou lorsqu'il s'agit de la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire, dans des conditions »,

les mots :

« lorsqu'il s'agit d'une devanture commerciale et si la publicité satisfait à des prescriptions de hauteur, d'emplacement et de surface ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'article L 581-8 du code de l'environnement interdit la publicité sur tout ou partie d'une baie. Cette interdiction est levée lorsqu'il s'agit d'une devanture commerciale et lorsqu'une ou plusieurs zones de publicité réglementée instituées par un règlement local de publicité l'ont prévu. Si un Règlement Local de Publicité ne la réglemente pas, la publicité sur les baies, y compris les devantures commerciales, est donc interdite. Or, le Conseil d'Etat a estimé, dans un arrêt du 16 novembre 1984, qu'une interdiction générale et absolue d'apposer une publicité sur une baie, sans distinguer les vitrines commerciales des autres baies, apportait à la liberté de l'affichage des limitations excédant celles nécessaires à la protection du cadre de vie.

L'affichage publicitaire de petit format (d'une surface inférieure à 1 m²), apposé exclusivement sur des devantures dédiées au commerce est présent sur tout le territoire national (notamment dans les villes l'ayant déjà réglementée). Actuellement soumis à un régime ambigu qui le place dans l'insécurité juridique, il paraît indispensable, conformément à l'esprit de la loi mis en lumière par le Conseil d'État, de clarifier ce régime par son intégration dans le droit commun de la

publicité, c'est-à-dire non pas une interdiction générale et totale, mais une liberté restreinte par les règlements locaux de publicité lorsque les caractéristiques locales et la protection du cadre de vie le nécessitent.