

ASSEMBLÉE NATIONALE

27 janvier 2012

**SIMPLIFICATION DU DROIT ET ALLÈGEMENT
DES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES (Nouvelle lecture) - (n° 4217)**

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 49

présenté par
M. Vannson, M. Pancher, M. Gérard, M. Raison,
Mme Branget et M. Vanneste

ARTICLE 55

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« III. – Au premier alinéa de l'article L. 300-2 du code de l'urbanisme, après le mot : « locales », sont insérés les mots : « , les opérateurs de publicité extérieure, leurs organisations professionnelles ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Contrairement aux dispositions du Code de l'Environnement de 1989, la loi du 12 juillet 2010 n'oblige actuellement pas les maires à constituer un groupe de travail composé – entre autres - de professionnels de l'affichage pour la préparation des futurs Plans Locaux d'Urbanisme (PLU). Cette nouvelle mesure ne permet aucune concertation obligatoire avec l'ensemble des parties prenantes.

En effet, le fait que le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou le maire puissent seulement recueillir l'avis de toute personne, tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, le cas échéant, des collectivités territoriales des Etats limitrophes, constitue un grave recul par rapport à la législation antérieure qui l'obligeait.

Ce recul est également discriminatoire puisque les dispositions de l'article L. 300-2 du code de l'urbanisme prévoient la concertation avec les associations locales sans les professionnels.

Dans le même sens, la version bleuie du décret d'application de la loi du 12 juillet 2010 (Grenelle II) indique à l'article R. 581-77 que « les associations professionnelles représentatives

dans le domaine de la publicité extérieure ou des enseignes peuvent être consultées à leur demande. »

Le principe de consultation a donc été retenu par le gouvernement.

Cependant, cette disposition reste insuffisante puisqu'elle obligera les professionnels à mettre en place une veille systématique sur l'élaboration de nouveaux règlements locaux de publicité. Une norme contraignante, chronophage qui ira au détriment de leur compétitivité.

Cette disposition ne va donc pas dans le sens d'un recul de l'inflation normative en France. Pourtant, le Premier ministre s'était clairement exprimé pour sa maîtrise via une circulaire en date du 17 février 2011 relative à la simplification des normes pour les entreprises et les collectivités territoriales. Le Premier ministre y rappelle en effet la nécessité de « mieux maîtriser l'inflation normative (précisant que) la simplification et la stabilité du cadre réglementaire des entreprises sont un facteur important de leur compétitivité. »

Par conséquent, face à la rupture d'égalité entre associations et professionnels, face au risque de dérives éco-catastrophistes, face à l'inflation normative et dans un souci d'équilibre démocratique et de dépassement des antagonismes, il conviendrait d'ajouter la concertation avec les opérateurs de publicité extérieure et leurs organisations professionnelles au même titre que les associations locales.