

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 juin 2013

TRANSPARENCE DE LA VIE PUBLIQUE (PROJET DE LOI) - (N° 1109)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 320

présenté par

Mme Péresse, Mme Fort, M. Lazaro, M. Poisson, M. Douillet, M. Le Fur, M. Tardy, M. Hetzel, M. Lamour, Mme Grosskost, M. Fromion, M. Teissier, M. Myard, M. Guillet, M. Guy Geoffroy, M. Darmanin et Mme Dalloz

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11 TER, insérer l'article suivant:**

Le livre premier de la quatrième partie du code général des collectivités territoriales est complété par un titre VI ainsi rédigé :

« *Titre VI*

« *COMMUNICATION*

« *Art. L. 4161-1. – Il est interdit aux régions de recourir à l'achat d'espace publicitaire dans le but de faire la promotion de la gestion ou des réalisations de l'exécutif régional. ».*

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les collectivités, et particulièrement les régions, pratiquent de plus en plus fréquemment l'achat d'espaces publicitaires aux fins de vanter leur action auprès de leurs électeurs.

Outre que de telles actions ont un coût élevé pour la collectivité et donc pour les contribuables dans une période où l'argent public est rare (4 millions d'euros en Ile-de-France pour la seule année 2012), elle pose question sur l'équité entre les candidats une fois l'élection venue.

Le Conseil d'État a d'ailleurs condamné le président de la région Ile-de-France à réintégrer dans son compte de campagne (et, par voie de conséquence, à rembourser à l'État ses frais de campagne) le montant de deux campagnes publicitaires menées en septembre et en novembre 2009, soit

respectivement six et quatre mois avant les élections régionales de 2010, qui s'établissait à environ 1,5 million d'euros.

Interdire par la loi tout achat d'espace publicitaire par les régions permettrait ainsi de clarifier le droit et d'offrir la transparence nécessaire pour garantir l'équité entre les différents candidats aux élections.

Tel est l'objet de cet amendement. Celui-ci pouvant toutefois avoir pour conséquence de réduire assez fortement les recettes publicitaires de la presse au moment même où elle doit faire face à une situation économique difficile, son adoption doit s'accompagner de la mise en place d'un mécanisme de compensation donnant à la presse les moyens de sa pérennité, garantie d'un droit d'expression libre et d'une démocratie effective.