

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 septembre 2015

CRÉATION, ARCHITECTURE ET PATRIMOINE - (N° 3068)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 402

présenté par

M. de Mazières, M. Vitel, M. Fromion, M. Herbillon, M. Guillet, M. Philippe Armand Martin,
Mme Duby-Muller, M. Straumann, M. Daubresse et Mme Genevard

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 25, insérer l'article suivant:**

Le premier alinéa de l'article L. 621-29-8 du code du patrimoine est complété par les mots :

« en veillant à la préservation du paysage urbain ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise encadrer le recours aux bâches publicitaires sur les chantiers de restauration afin de préserver l'économie du patrimoine autant que les paysages urbains.

En effet, l'installation de bâches publicitaires sur les échafaudages de chantiers de restauration d'immeubles classés ou inscrits est une pratique légale, prévue par l'article L621-29-8 du code du patrimoine : « par dérogation à l'article L. 581-2 du code de l'environnement, dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation de travaux sur les immeubles classés ou des demandes d'accord de travaux sur les immeubles inscrits, l'autorité administrative chargée des monuments historiques peut autoriser l'installation de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage. Les recettes perçues par le propriétaire du monument pour cet affichage sont affectées par le maître d'ouvrage au financement des travaux. »

Certaines dérives ayant été observées, un amendement a été adopté lors de la première lecture du PJJ biodiversité à l'Assemblée nationale (mars 2015) supprimant cet article du code du patrimoine afin « de préserver nos paysages urbains remarquables du matraquage publicitaire ».

Au Sénat, au stade de la commission (juillet 2015), cette disposition a été réintroduite au motif que : « L'article L621-29-8 a montré son utilité pour la restauration des monuments historiques ; si des

améliorations sont possibles, elles pourront être apportées dans la loi «patrimoine» ; les défauts de la dérogation accordée pour les bâches publicitaires sur les bâtiments classés et inscrits, ne justifient pas une suppression pure et simple de cette dérogation. »

En effet, l'utilité économique de ces installations est prouvée : grâce à ces bâches temporaires ce sont 92 millions d'euros de travaux de restauration qui ont pu être réalisés générant ainsi 1,6 million d'heures de travail « non délocalisables » pour des compagnons spécialisés.

Toutefois, ces publicités doivent être mise en place en tenant compte de l'environnement urbain et en veillant à ne apparaître comme « un matraquage publicitaire ».

Afin de sécuriser ce dispositif, faisant actuellement l'objet de discussion dans le cadre de la loi biodiversité, il paraît utile de demander à l'autorité administrative chargée des monuments historiques, lors de l'instruction de la demande d'autorisation d'installation d'une bâche, de veiller à la préservation du paysage urbain.