

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 2148

présenté par

M. Charles de Courson, M. Clément, M. Falorni et M. Lassalle

ARTICLE 7

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'article 7 permettrait aux règlements locaux de publicité (RLP) d'imposer des prescriptions aux enseignes et publicités lumineuses situées derrière la vitrine d'un commerce ou d'un local commercial, dès lors qu'elles sont «destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique». Ces prescriptions pourraient porter sur l'emplacement, les dimensions et le niveau de consommation d'énergie et de nuisance lumineuse du dispositif. Rappelons que cette mesure ne faisait pas partie des propositions de la Convention Citoyenne pour le Climat, qui envisageait uniquement une réglementation des dispositifs numériques installés sur la voie publique. Cet article a déjà fait l'objet de plusieurs modifications depuis la rédaction de l'avant-projet de loi, ce qui démontre qu'il pose des problèmes juridiques et pratiques particulièrement épineux. L'autorisation préalable du maire, s'appliquait de manière générale dans la version initiale, puis a été limitée aux écrans à la suite de l'avis du conseil d'Etat³. Le principe même d'une autorisation préalable a ensuite été supprimée en commission spéciale, tant il était critiquable au regard des principes de la liberté du commerce et du droit de la propriété. Ces modifications ne lèvent pas complètement ces difficultés. La possibilité pour le maire d'imposer des prescriptions sur l'installation de dispositifs situés à l'intérieur des magasins fait courir à elle seule des risques d'atteintes disproportionnées au droit de la propriété et à la liberté d'entreprendre. En effet, le texte n'est pas suffisamment clair. Le terme d'«emplacement» en particulier donnerait au maire le droit de réglementer l'emplacement d'un dispositif à l'intérieur d'une vitrine ce qui revient à se substituer au commerçant dans l'exercice de son activité et l'aménagement de sa propriété privée. Le terme, du fait de son ambivalence, pourrait aussi être détourné à des fins d'interdiction en désignant la localisation géographique du commerce.

Un maire pourrait ainsi délimiter des zones où les écrans seraient totalement interdits dans les magasins, ce qui serait contraire aux principes constitutionnels. Le maire garderait ainsi des

pouvoirs disproportionnés au regard des objectifs de police de la voie publique et de protection du cadre de vie, qui sont les fondements de la compétence municipale en matière d'enseignes et de publicité. La suppression de cet article est justifiée également par des considérations économiques. Cet article sera également source de complexité administrative et d'insécurité juridique, notamment pour les entreprises exploitant des réseaux implantés sur l'ensemble du territoire français, ces entreprises devant faire face à une multitude de réglementations locales pour la gestion de leur activité. De plus, il privera de nombreux commerces de proximité de revenus complémentaires. Les activités de e-commerces seront épargnées par ces règles qui aggraveront ainsi le déséquilibre concurrentiel avec le commerce physique. Il n'est pas admissible, alors que le monde du commerce fait face à une crise d'une gravité inouïe, que le législateur permette une aggravation des conditions d'exploitation des commerces physiques, en particulier dans les centres-villes déjà confrontés une hausse spectaculaire de la vacance commerciale. Enfin, ces nouveaux pouvoirs du maire sont inutiles du point de vue de la réduction des émissions de GES du secteur commercial. Celui-ci est engagé dans une réduction massive de ses consommations énergétiques du fait des réglementations actuelles (loi Grenelle II, loi ELAN, arrêté de 2018 relatif à l'extinction nocturne des vitrines) et des progrès techniques.