

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 6680

présenté par

M. Prud'homme, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud,
M. Larive, M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Quatennens, M. Ratenon,
Mme Ressiguiier, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

ARTICLE 6

Rédiger ainsi cet article :

« La section 1 du chapitre I^{er} du titre VIII du livre V du code de l'environnement est ainsi modifiée :

« 1° L'article L. 581-1 est ainsi rédigé :

« *Art. L. 581-1.* – Le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre est subordonné aux motifs d'intérêt général relatifs à la protection de l'environnement et du cadre de vie. Toute publicité commerciale dans l'espace public est interdite. »

« 2° La seconde phrase de l'article L. 581-2 est ainsi rédigée : « Ses dispositions s'appliquent à toute publicité commerciale, située à l'intérieur d'un local ou implantée dans un espace privé lorsqu'elle est visible depuis l'espace public. »

« 3° Après le 1° de l'article L. 581-3, il est inséré un 1° *bis* ainsi rédigé :

« 1° *bis* Constitue une publicité commerciale toute publicité, à l'exception de l'affichage municipal, de l'affichage d'opinion, de la publicité culturelle, de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ou des campagnes publicitaires à l'initiative des services de l'État. »

« 4° Le I de l'article L. 581-4 est complété par des 5° et 6° ainsi rédigés :

« 5° Lorsqu'elle est numérique ou lumineuse ;

« 6° Dans les gares, aéroports et stations de transports publics de personnes lorsqu'elle constitue une publicité commerciale au sens de l'article L. 581-3 du présent code. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement a pour objectif de libérer entièrement l'espace public de la publicité, manipulation cognitive de masse.

Pour ce, il subordonne la publicité aux motifs d'intérêt général relatifs à la protection de l'environnement et du cadre de vie. Toute publicité qualifiée de commerciale dans l'espace public est de fait interdite. Des exceptions restent autorisées, notamment la publicité culturelle, celle liée à l'affichage municipal ou encore celle relative à des campagnes à l'initiative des services de l'État. Ces dispositions s'appliquent également aux publicités situées à l'intérieur d'un local, et visibles depuis l'extérieur. Enfin, l'article 1er complète le champ des restrictions en interdisant toute publicité numérique et lumineuse. Il interdit également l'affichage de publicité commerciale dans les gares, aéroports et stations de transports publics de personnes, ainsi que celle située à l'intérieur d'un local ou implantée dans un espace privé lorsqu'elle est visible depuis l'espace public.

Cet amendement réécrit totalement l'article, qui est insuffisant. En effet, l'article 6 prévoit un transfert des pouvoirs de police de la publicité du préfet vers les maires des communes, qu'il existe ou pas un règlement local de publicité. Cela ouvre la voie à de potentielles régressions : certains maires pourront peut-être être plus stricts dans leurs politiques publicitaires mais d'autres pourraient opter pour un déploiement à outrance de la publicité. En effet, le règlement local de publicité permet en partie de se soustraire à la réglementation nationale. Sur un sujet global comme celui de la publicité, l'État doit imposer des règles sur tout le territoire plutôt que de se défausser sur les maires.