

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

8 janvier 2015

LA CROISSANCE ET L'ACTIVITÉ - (N° 2447)

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° SPE499

présenté par

M. Tetart

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 63, insérer l'article suivant:**

Après l'article 63, insérer un article rédigé comme suit :

A l'article L. 581-19 du code de l'environnement après le premier alinéa, insérer l'alinéa suivant :

« Dans une circonférence de 200 mètres des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute préenseigne est interdite »

A l'article L. 581-19 du code de l'environnement au dernier alinéa, supprimer les mots « , soit s'exerçant en retrait de la voie publique »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Au fil des années, la publicité « extérieure » est devenue une composante des paysages français. Pourtant, elle est perçue par nos concitoyens comme une nuisance, voire une « pollution » visuelle. Il est vrai que son impact est d'autant plus sensible que cette publicité se situe sur des axes stratégiques, dans les lieux les plus visibles.

Face à l'essor de la pression publicitaire, le législateur n'est pas resté inactif. La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a constitué la première grande réforme visant à encadrer la publicité dans les agglomérations. La loi de 1979 reposait sur un équilibre, qui sera source de dérives : l'objectif de protection du cadre de vie doit en effet être concilié avec le droit, pour chacun, « d'exprimer et de diffuser informations et idées » par le moyen de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

Devant le caractère de plus en plus obsolète de la législation de 1979, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, adoptée dans la foulée du Grenelle de l'environnement, a introduit un encadrement plus restrictif de l'affichage publicitaire, afin d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles.

Cette réforme a permis d'interdire la publicité hors agglomération, de supprimer les préenseignes dérogatoires, d'encadrer strictement les dispositifs publicitaires lumineux ou encore de créer des zones de tranquillité dans lesquelles toute publicité peut être interdite, notamment aux abords des écoles.

En dépit de cette législation, les panneaux publicitaires – légaux ou illégaux – continuent de proliférer à l'entrée des villes et des villages.

Sont en cause des préenseignes qui défigurent les entrées de ville alors que juridiquement elles devraient être soumises aux dispositions qui régissent la publicité et se voir de ce fait interdites en dehors des agglomérations.

Il s'agit de panneaux de petit format qui se multiplient parfois de façon désordonnée le long des routes, à l'entrée des villes ou au milieu des champs, pour signaler stations-services, hôtels, restaurants et toutes indications « utiles aux voyageurs ».

Ces préenseignes constituent la forme d'affichage dont l'impact sur les paysages est le plus visible et, ce faisant, perçu comme le plus nuisible. Elles constituent de véritables publicités sur l'espace public qui dégradent considérablement le cadre de vie de nos concitoyens.

Il s'agit là d'une spécificité purement française, qu'il convient désormais d'interdire pour préserver le caractère esthétique des entrées de nos villes et de nos villages. Tel est l'objet de cet amendement