

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 juin 2016

RECONQUÊTE DE LA BIODIVERSITÉ - (N° 3833)

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION**AMENDEMENT****N ° 280**

présenté par
Mme Gaillard

ARTICLE 29

Rétablir cet article dans la rédaction suivante :

« L'article L. 581-14 du code de l'environnement est ainsi modifié :

« 1° Après la référence : « L. 331-3 », la fin du dernier alinéa est supprimée ;

« 2° Sont ajoutés trois alinéas ainsi rédigés :

« Sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc.

« Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte.

« Le sixième alinéa du présent article est opposable aux règlements locaux de publicité applicables sur le territoire d'un parc naturel régional dont le projet de charte a fait l'objet d'une enquête publique ouverte après l'entrée en vigueur de la loi n° du pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages, dans un délai de trois ans à compter de la date de publication du décret approuvant la charte initiale ou révisée. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à rétablir l'article 29 du projet de loi qui permet une amélioration de l'encadrement de la publicité sur les territoires des parcs naturels régionaux, en cohérence avec

l'objectif du projet de loi en matière de reconquête des paysages. Cet article conditionne ainsi à un encadrement par la charte du parc la possibilité de réintroduire la publicité en agglomération dans les parcs naturels régionaux via un règlement local de publicité.

Les parcs naturels régionaux sont des espaces où par principe la publicité est interdite à l'intérieur ou en-dehors des agglomérations. Seul un règlement local de publicité peut la réintroduire en agglomération.

L'objectif de cet article était bien d'encadrer et de limiter la possibilité de réintroduction de la publicité, en ne l'autorisant que si la charte du parc fixe des orientations ou mesures permettant d'aborder en amont la réintroduction de la publicité. Il est à noter que beaucoup de chartes récemment adoptées ont anticipé cette obligation et comportent déjà des mesures relatives à la publicité.