

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 mars 2021

---

**LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)**

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 6930

présenté par

M. Potier, Mme Jourdan, M. Leseul, M. Faure, M. Juanico, Mme Rouaux, Mme Pires Beaune et  
Mme Victory

-----

**ARTICLE 7**

Après l'alinéa 1, insérer l'alinéa suivant :

« 1° A Au début de la seconde phrase de l'article L. 581-2, sont ajoutés les mots : « À l'exception des articles L. 581-8, L. 581-9, L. 581-18 ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à encadrer la publicité et les enseignes situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial lorsqu'elles sont destinées à être visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.

Comme le souligne l'exposé des motifs du présent projet de loi, les dispositions du code de l'environnement en matière de publicité extérieure ne s'appliquent pas actuellement aux publicités et enseignes situées à l'intérieur des vitrines, même si elles sont visibles de l'extérieur. Au vu du développement important de ce type de publicité, il est pourtant nécessaire de mettre fin au vide juridique créé par l'article L. 581-2 du code de l'environnement. L'objectif est ainsi d'éviter que la publicité et les enseignes situées à l'intérieur des vitrines dérogent aux prescriptions fixées par décret, notamment en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses.

Alors qu'en l'état, l'article 7 permet aux collectivités de prévoir dans leur règlement local de publicité, des dispositions encadrant cette forme de publicité, notre amendement modifie directement l'article L. 581-2 du code de l'environnement pour permettre aux communes d'agir sans devoir attendre une révision de leur RLP(i).

Cette simplification semble d'autant plus justifiée et pertinente que la plupart des intercommunalités ont déjà révisé leur RLP(i) ou sont en passe de le finaliser suite à un processus particulièrement long. Le risque serait donc que la mesure n'ait qu'un impact très limité à court et moyen-termes.

Cet amendement a été élaboré à partir des propositions des Amis de la Terre France et Résistance à l'Agression Publicitaire.