



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Centre-ville - Lutte contre dents creuses

Question écrite n° 13430

Texte de la question

M. Romain Grau attire l'attention de M. le ministre de l'économie et des finances sur les mesures à prendre pour redynamiser le commerce de centre-ville. Pour pallier le phénomène caractéristique des « dents creuses », qui accentuent l'impression de déliquescence d'une rue vidée en partie de ses commerces, et dans l'attente d'un repreneur, une solution pour les collectivités locales concernées, en particulier, les communes, est d'utiliser ainsi ces espaces vides comme espaces de décoration ou de promotion des événements de la ville ou son histoire (photographies, citations, dessins...). Cet habillage des vitrines peut permettre de corriger un effet visuel extrêmement négatif sur certaines rues de centre-ville et l'habillage des vitrines vides peut notamment entrer dans les dispositions prévues par l'article L. 581-14 du code de l'environnement depuis la loi ACTPE du 18 juin 2014. Ce dernier dispose en effet que le règlement local de publicité élaboré le cas échéant par la commune ou l'EPCI compétent « peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants ». Afin de mesurer l'efficacité de la loi, il lui demande si l'incidence des dispositions de la loi du 18 juin 2014 depuis leur entrée en vigueur a été mesurée et notamment, combien de communes ont mis en place des zones mentionnées ci-dessus.

Texte de la réponse

La redynamisation des commerces de centres-villes et la revitalisation des centres-bourgs constituent une priorité du Gouvernement, comme en témoignent la mise en oeuvre du programme « Action cœur de ville » ainsi que l'élaboration en cours d'un plan spécifique en faveur de la revitalisation des centres-bourgs. L'article L. 581-14 du code de l'environnement prévoit que les communes ou les intercommunalités peuvent élaborer un règlement local de publicité (RLP) afin d'adapter les dispositions prévues dans le code de l'environnement en matière de publicité extérieure. Ainsi, le RLP constitue un outil de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'adapter le code de l'environnement aux spécificités du territoire en adoptant des réglementations plus restrictives que ce dernier. Depuis l'entrée en vigueur de la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014, le troisième alinéa de cet article dispose que le RLP « peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible de la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants ». Cette disposition vise à titre principal à mettre à la charge des occupants ou, à défaut, des propriétaires, une obligation d'entretien des vitrines et de compatibilité de leur aspect extérieur avec les lieux avoisinants. Elle n'a pas fait l'objet d'un bilan, qu'il soit quantitatif ou qualitatif. Si cette disposition a pu être utilisée pour organiser dans certaines zones l'utilisation des vitrines vides comme espaces de décoration ou de promotion des événements de la ville ou de son histoire, c'est à titre accessoire par rapport à son objet principal.

Données clés

Auteur : [M. Romain Grau](#)

Circonscription : Pyrénées-Orientales (1^{re} circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 13430

Rubrique : Aménagement du territoire

Ministère interrogé : [Économie et finances](#)

Ministère attributaire : [Cohésion des territoires et relations avec les collectivités territoriales](#)

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [23 octobre 2018](#), page 9479

Réponse publiée au JO le : [16 avril 2019](#), page 3526