

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

15 mars 2023

**JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024 - (N° 939)**

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

**AMENDEMENT**

N° 129

présenté par

M. Ray, M. Portier, M. Bourgeaux, M. Dubois, M. Brigand, Mme Anthoine, Mme Louwagie et  
M. Seitlinger

-----

**ARTICLE 14**

Compléter l'alinéa 11 par la phrase suivante :

« Les communes concernées peuvent soumettre ces affichages à la taxe locale sur la publicité extérieure en application de l'article L. 2333-6 du code général des collectivités territoriales. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

En souhaitant étendre aux communes traversées par le parcours des relais des flammes olympiques les dispositions dérogeant aux règles de publicité déjà prévue pour les sites des compétitions dans la loi de 2018, il convient néanmoins de s'assurer que les municipalités puissent bénéficier des ressources fiscales applicables aux autres supports publicitaires qui ne sont pas partenaires du marketing olympique.

Dans le cadre du passage des relais olympiques, il est en effet proposé de permettre aux sponsors officiels des Jeux de pouvoir afficher dans les communes traversées sept jours avant le passage de la flamme et sept jours suivant celui-ci, des publicités sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, au sein des monuments et parcs naturels et dans les sites classés, et de pouvoir déroger aux règlements locaux de publicité.

Cette dérogation peut se faire sans l'avis des maires concernés qui sont uniquement informés par le comité d'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques.

C'est pourquoi, afin de s'assurer que ces publicités puissent bénéficier aux communes dont l'image est utilisée par les sponsors, cet amendement permet de s'assurer que les communes qui le souhaitent puissent imposer ces affichages.

Pour rappel, la taxe locale sur la publicité extérieure est un impôt facultatif, voté par le conseil municipal ou l'EPCI, et dont le montant varie selon la taille de la collectivité, du nombre de face du support et de la superficie du dispositif. En 2023 son montant varie de 16,70 € par mètre carré et par an pour les affichages non numériques de moins de 50m<sup>2</sup> dans une commune ou un EPCI de moins de 50 000 habitants à 199,80 € par mètre carré et par an pour les affichages numériques de plus de 50m<sup>2</sup> dans une commune ou un EPCI de plus de 200 000 habitants. La taxe étant calculée au prorata temporis, les sommes versées aux collectivités resteront modestes pour les sponsors et ne seront pas de nature à remettre en cause le contrat de partenariat signé avec le comité d'organisation. Mais cette participation symbolique à l'utilisation de l'image du territoire semble important pour les auteurs de l'amendement.