

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 décembre 2025

RELATIF À L'ORGANISATION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2030 -
(N° 1641)

Rejeté

N° AC133

AMENDEMENT

présenté par

M. Coulomme, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani,
M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard,
M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon,
Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi,
Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane,
Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall,
Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument,
Mme Élisabeth Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor,
Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes,
M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-
Terrenoir, M. Aurélien Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

ARTICLE 3

Supprimer les alinéas 9 et 10

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement de repli, les député.es LFI souhaitent supprimer les alinéas 9 et 10 de l'article 3.

En effet, ces alinéas vise à lever temporairement les interdictions à la publicité des partenaires de marketing olympiques dans les villes hôtes sur le modèle des dérogations en vigueur lors des JOP 2024. Ces dérogations publicitaires faites aux dispositions du code de l'environnement privatisent l'espace public et incitent à la consommation débridée à l'heure d'une indispensable sobriété.

Les très nombreuses dérogations de l'article remettent en cause 30 ans d'efforts pour encadrer la publicité extérieure, notamment au sein des CDNPS (commission départementale de la nature, des paysages et des sites) pour adopter, améliorer et appliquer des règlements locaux de la publicité.

Étant précisé que les soi-disant garanties apportées par l'alinéa 14 sont dérisoires au regard de l'extension majeure accordée aux possibilités de publicité.

Ainsi, les alinéas 9 et 10 prévoyant que les dérogations s'appliquent même sur les monuments historiques et dans les sites classés ou inscrits□doivent être supprimés.

C'est un mauvais message face à la difficulté constante de faire respecter cette réglementation, et une clause injustifiable : aller jusqu'au monument historique pour faire la pub est une dérogation bien trop attentatoire et disproportionnée aux objectifs poursuivis.

Nous défendons également la suppression de l'ensemble des dérogations prévues au bénéfice des partenaires marketing qui profiteront de cet événement pour se racheter une respectabilité, de même que la suppression de l'ensemble de cet article.